

BETRIFFT: FERNSEHEN

Über Transparenzversuche des ZDF

INAUGURAL-DISSERTATION

zur

Erlangung der Doktorwürde

der

Philosophischen Fakultät

der Philipps-Universität Marburg/L.

Vorgelegt von

AXEL PUNDT

aus Oldenburg/i. O.

Marburg/L. 1977

Von der Philosophischen Fakultät der Philipps-Universität
Marburg/L.

als Dissertation angenommen am 30. Juni 1977

Tag der mündlichen Prüfung am 7. Juli 1977

Berichterstatter: Prof. Dr. Foltin

Mitberichterstatter: Prof. Dr. Auernheimer
Prof. Dr. Langer El Sayed

Lebenslauf

Name: Axel Joachim Pundt

geb.: 10.9. 1950

in : Oldenburg i./O.

Nach dem Besuch des Gymnasiums Aufnahme des Studiums
der Germanistik und Soziologie an der Philipps-Universität
Marburg/L.; ab dem fünften Semester Schwerpunkt
Kommunikations-Soziologie.

Veröffentlichung der wichtigsten Ergebnisse der vorliegenden
Untersuchung im "Vorwärts" (Feb. 77).



Digitized by the Internet Archive
in 2026



Inhaltsverzeichnis

	Seite
Vorwort	1
Einleitung	2
1. Das Fernsehen in Deutschland	7
1.1 Überblick über die Entwicklung	7
1.2 Organisation und wirtschaftliche Grundlagen	11
1.3 Selbstverständnis des Zweiten Deutschen Fernsehens	15
2. Fernsehnutzung	16
3. Motive für den Fernsehkonsum	17
4. Das Programminteresse der Fernsehzuschauer	19
5. Begriffsbestimmungen	21
5.1 Transparenz	21
5.2 Intramediale Kritik	24
5.3 Feedback	26
5.4 Zuschauerbeteiligung	28
6. "Das Gespräch mit dem Zuschauer"	31
7. Die "ZDF - Werkstatt"	33
8. "betrifft: Fernsehen"	34
8.1 Vorschlag für eine medienanalytische Sendereihe	35
8.1.1 Themenvorschläge für die medienanalytische Sendereihe	37
8.2 Offizielle Ankündigung der Sendereihe "betrifft: Fernsehen"	40

	Seite
8.3 Exkurs: erste Ergebnisse der Zuschauer- forschung zu "betrifft: Fernsehen"	42
8.4 Konzeption der Sendereihe "betrifft: Fernsehen"	45
8.4.1 Situation und Perspektiven	48
9. Fragebogen I	
9.1 Funktion	50
9.2 Struktur	50
9.3 Methode	51
9.4 Das Sample der Befragten	52
9.5 Auswertung des Fragebogens 1	
Zur Person	53
Einschätzung der eigenen Person als Fernsehmitarbeiter	58
Zu den Arbeitsbedingungen der Redaktion Medienkunde	61
Zur Redaktionsarbeit	65
9.6 Zusammenfassung	71
10. Die Mitarbeiter der Redaktion "betrifft: Fernsehen"	72
11. Themenfindung	75
12. Ausblicke auf denkbare Arbeitsformen	78
13. Projektforschung zu "betrifft: Fernsehen"	81
13.1 Methode	81
13.2 Ergebnisse	82
14. Die Sendungen der Reihe "betrifft: Fernsehen"	84

	Seite
14.1	Besprechung der Beiträge 86
14.1.1	"Zuschauer beobachten das Entstehen einer Reportage" 87
14.1.2	"Wie man Nachrichten an den Mann bringt" - "Nachrichtenvermittlung in der Kritik" 88
14.1.3	"Das Geschäft mit den schönen Träumen" 90
14.1.4	"Warum singt im Fernsehen niemand falsch?" 93
14.1.5	"Schöner fernsehen" 95
14.1.6	"Da hilft auch kein Jahr der Frau" 97
14.1.7	"Geschichten um Lohn und Liebe" 98
14.1.8	"Wie fern ist der Nahe Osten?" 99
14.1.9	"Kung Fu und der Tausenderpreis" 100
14.1.10	"Vier Wochen ohne Fernsehen" 102
14.1.11	"Die zweite Stimme" 103
15.	Fragebogen II
15.1	Funktion 104
15.2	Struktur 104
15.3	Methode 105
15.4	Das Sample der Befragten 106
15.5	Begründung der Auswahl einzelner Sendungen 107
15.6	Auswertung des Fragebogens II
15.6.1	Teil 1
	Zur Person 109
	Angaben zum Fernsehverhalten 110
	Einordnung ins Programmangebot 111
15.6.1.1	Wertung der Ergebnisse 114

	Seite
15.6.2	"Warum singt im Fernsehen niemand falsch?"
	Globaleindruck 115
	Zielgruppe 116
	Verständlichkeit/Unverständlichkeit der Sendung 118
	Resonanz 121
15.6.2.1	Wertung der Ergebnisse 122
15.6.3	"Wie fern ist der Nahe Osten?"
	Globaleindruck 123
	Zielgruppe 124
	Verständlichkeit/Unverständlichkeit der Sendung 125
	Resonanz 128
15.6.3.1	Wertung der Ergebnisse 129
15.6.4	"Das Geschäft mit den schönen Träumen"
	Globaleindruck 130
	Zielgruppe 131
	Verständlichkeit/Unverständlichkeit der Sendung 132
	Resonanz 135
15.6.4.1	Wertung der Ergebnisse 136
15.6.5	Wertung der Ergebnisse 137
16.	Resümee 139
	Anlage 1 (Fragebogen I) 140
	Anlage 2 (ZDF - Hierarchie) 145
	Anlage 3 (Fernsehnutzung) 146
	Anlage 4 (Differenzierte Auswertung, F II, Teil 1) 147

	Seite
Anlage 5 (Fragebogen II)	152
Textbeilage 1	160
"Warum singt im Fernsehen niemand falsch?"	
Textbeilage 2	205
"Wie fern ist der Nahe Osten?"	
Textbeilage 3	247
"Das Geschäft mit den schönen Träumen"	
Literatur	295

Einleitung

Dem Fernsehen in der BRD wird von seinem Publikum ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit zugesprochen. Sein Prestige ist größer als das anderer Massenmedien. "Nach seinem gesetzlich fixierten Auftrag soll es u.a. informieren und bilden. Seine Aufgabe ist es, dem Publikum ein Bild von der gesellschaftlichen Realität zu vermitteln."¹ Die Eindeutigkeit dieser These aber nimmt bereits ab, wenn man fragt: wer wählt die Programminhalte aus? wer "bewacht" die Zugänge ins Programm? gibt es in der Informationsübermittlung soetwas wie "Objektivität" oder "Wertfreiheit"? reagiert das Fernsehen nur auf das, was man "Publikums-geschmack" nennt, oder formt es ihn mit?

Außer der Klärung journalistisch-handwerklicher Möglichkeiten haben es sich die Mitarbeiter der medienkundlichen² Sendereihe des ZDF, "betrifft: Fernsehen", zur Aufgabe gemacht, auf diese und ähnliche Fragestellungen Antworten zu formulieren und sie ihrem Zielpublikum³ zu präsentieren.

-
1. Gert Ellinghaus, S. 28; vergl. hierzu:
Erich Wasem, S. 51 ff.; Hans Friedrich, S. 59 ff.;
Ulrich Reyher, S. 19 ff.; Horst Holzer; Theorie des Fernsehens, S. 143 ff.; Stefan Müller-Doochm, S. 81 ff.;
Staatsvertrag des ZDF
 2. Redaktion Medienkunde ist die offizielle Bezeichnung innerhalb des ZDF; siehe hierzu: Intramediale Kritik, S. 24 ff.
 3. Als potentiellles Zielpublikum bezeichnete der Redaktionsleiter Vertreter der Gruppe, die Volksschulbildung haben (80% der Bevölkerung in der BRD), abhängig beschäftigt sind und vorwiegend körperlich arbeiten.

"Betrifft: Fernsehen", von einem Kritiker zur "neben 'Glashaus' ¹ kritischsten der medienkritischen Sendungen" ² hochgelobt, soll beispielhaft für andere Sendereihen, die vorgeben, das Medium Fernsehen transparent ³ zu machen, kritisch analysiert werden. Die Auswahl gerade dieser Sendereihe legitimiert sich aus folgenden Gründen:

- die Anzahl einzelner fernsehbezogener Sendungen muß als beträchtlich bezeichnet werden; die Effizienz dieser Sendungen jedoch scheint gering, nicht zuletzt deshalb, weil sie lediglich sporadisch und zusammenhanglos auf dem Bildschirm erscheinen;
- neben "Glashaus" und "Mikado" ⁴ ist "betrifft: Fernsehen" die einzige Sendereihe, die überregional gesendet wird;
- "betrifft: Fernsehen" irrt nicht wie andere ähnliche Sendereihen durch Tages- und Nachtzeiten des ersten und der dritten Programme und hat so am ehesten die Chance, sich eine Zuschauer-Klientel zu schaffen;
- die günstige Sendezeit für "betrifft: Fernsehen" (Montag, 19.30 Uhr) macht es tendenziell möglich, eine große Zahl von Fernsehteilnehmern zu erreichen;
- mit derzeit 8 Sendeterminen pro Jahr ist "betrifft: Fernsehen" diejenige der medienkundlichen/medienkritischen Sendereihen, die am häufigsten über den Bildschirm kommt; ⁵

-
1. medienkritische Sendereihe des WDR; in der Planung zu dieser Arbeit war ein Vergleich mit "Glashaus" vorgesehen; dieser scheiterte an der damaligen redaktionellen Situation.
 2. Frankfurter Rundschau, Nr. 13, 16.1.76
 3. siehe hierzu: Transparenz, S. 21 ff.
 4. medienkritische Sendereihe des SWF; siehe hierzu: Ausblicke auf denkbare Arbeitsformen, S. 78 ff.
 5. Angegeben ist die Zahl möglicher Sendetermine pro Jahr; aufgrund technisch-organisatorischer Schwierigkeiten kann die Zahl tatsächlich ausgestrahlter Sendungen niedriger sein.

- der Verfasser hatte die Möglichkeit, während einer zweimonatigen Hospitanz in der Redaktion Medienkunde die Arbeit zu "betrifft: Fernsehen" zu verfolgen.¹

Zu Beginn dieser Untersuchung sollen die Struktur und das Selbstverständnis der Fernsehanstalten in der BRD, speziell des ZDF, gekennzeichnet werden. Nach einer Skizzierung der Fernsehnutzung, der Motive für den Fernsehkonsum und des Programminteresses der Fernsehschauer folgt die Besprechung der Begriffe², die Demokratisierungstendenzen (demokratische Produktionsweisen und demokratisierend wirkende Massenkommunikationsinhalte) beschreiben.

Aufschluß über die Auswirkungen der hausinternen Hierarchie einer Fernsehanstalt, die Bedingungen zur redaktionellen Arbeit und schließlich die eigene Einschätzung der Macher auf die Inhalte medienkundlicher/medienkritischer Sendungen wird die Auswertung eines Fragebogens geben, der jedem redaktionell tätigen Mitarbeiter der Redaktion Medienkunde vorgelegt wurde.³ Bei der Formulierung des Fragebogens (Fragebogen I) lag die These zugrunde, daß das Fernsehen bzw. die Macher einer medienkundlichen/medienkritischen Sendereihe unter dem Druck vielfältiger parteilicher Interessen nur in sehr eingegrenzter Form in der Lage ist/sind, über sich selbst öffentlich kritisch zu reflektieren. Objektiv hat das Fernsehen für große Teile seines Publikums kompensatorische Funktion. Die Unübersichtlichkeit und Undurchschaubarkeit der politischen und gesellschaftlichen Gegebenheiten be-

1. Dauer der Hospitanz: 1. Februar - 31. März 1976

2. angesprochen sind: Transparenz, Intramediale Kritik, Feedback, Zuschauerbeteiligung

3. siehe hierzu: Angaben zum Sample der Befragten, S. 52 f.

wirken Ratlosigkeit und ein Gefühl der Ohnmacht. Unter diesem Gesichtswinkel bedeutet Fernsehunterhaltung: Vollzug kompensatorischer Scheinbefriedigung und Kanalisierung der Bedürfnisse durch pausenloses Anbieten von Stereotypen und Clichés.¹ Politische Programme erfüllen Legitimationsfunktion, die Illusion des Dabeiseins, des Informiertseins. Durch atemloses Springen von Thema zu Thema, von Kontinent zu Kontinent, wird künstlich eine Dynamik erzeugt, die für den "kleinen Mann" nur einen Schluß zuläßt: man kann eben nicht alles begreifen. "Wollte das Fernsehen emanzipativ im Sinne eines fundamentaldemokratischen Konzepts wirken",² so müßte dies unter anderem³ bedeuten: den Zuschauer in die Lage zu versetzen, seine Situation vor dem Bildschirm zu erkennen; fundamentaldemokratisches Fernsehen kann nicht meinen: Förderung demokratischer Verhaltensweisen durch geeignete Inhalte vorhandener Sendungen, ohne gleichzeitig die Übermittlungsinstanz Fernsehen mit seinen Vorzügen und Schwächen, Zwängen und Möglichkeiten transparent zu machen. Die Grenzen derartiger Transparenzbemühungen will diese Untersuchung aufzeigen. Ein zweiter Fragebogen (Fragebogen II) wurde Informanten der Zielgruppe von "betrifft: Fernsehen" vorgelegt, um Antworten zu erhalten auf die Fragen:

- können die Macher auf bereits vorhandenes Interesse aufbauen, oder wollen die Zuschauer (Zielgruppe!) keine medienkundlichen/medienkritischen Sendungen haben?
- sind die Sendungen sowohl von der Thematik, als auch von der Realisation für die beschriebene Zielgruppe

1. vergl. hierzu: Dahlmüller, Hund, Kommer; Kritik des Fernsehens, Seite 163 ff.; Michael Buselmeier, S. 168 ff.; Jean Saint-Géours, S. 314 ff.

2. Gert Ellinghaus, S. 24

3. siehe hierzu: Vorwort, "Fernsehtheorien", S. 1

interessant/verständlich genug?

- gelingt es den Machern, intendierte Absichten umzusetzen (Sensibilisierung der Zuschauer für fernsehspezifische Fragestellungen)?
- ist der Zuschauer (Zielgruppe!) überhaupt gewillt, sich um 19.30 Uhr "bilden zu lassen"?

Die Manuskripte der drei Beiträge, die den Informanten vorgeführt wurden, sind im Anhang abgedruckt. ¹

1. Das ZDF bzw. die Inhaber der Urheberrechte der einzelnen Beiträge erteilten in entgegenkommender Weise die erforderliche Genehmigung.

1. Das Fernsehen in Deutschland

Es würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen, wenn man es unternehmen wollte, die Situation der Fernsehanstalten in der Bundesrepublik insgesamt zu analysieren und unter vergleichenden Aspekten zu bearbeiten. Daher beschränkt sich die Beschreibung des Fernsehens in der BRD auf drei Punkte: ¹

1. Überblick über die Entwicklung
2. Organisation und wirtschaftliche Grundlagen
3. Selbstverständnis des Zweiten Deutschen Fernsehens

1.1 Überblick über die Entwicklung

Vor dem Zweiten Weltkrieg lag die technische Entwicklung des Fernsehens in der Hand der Deutschen Reichspost. Die Sendungen, an deren Herstellung die Reichsrundfunkgesellschaft mbH ² beteiligt war, wurden vorwiegend in öffentlichen Fernsehstuben empfangen (offizielle Eröffnung eines regelmäßigen Fernsehrundfunks am 22.3.1935) ³. Der Zweite Weltkrieg verhinderte eine kontinuierliche Weiterentwicklung des Fernsehrundfunks. 1948/49 wurde der Betrieb des Fernsehens in den Westzonen den einzelnen deutschen Rundfunkanstalten übertragen. Der NWDR, der sich schon 1948 mit der Frage eines Fernseh-rundfunkdienstes befaßt hatte, begann am 27.11.1950 mit regelmäßigen Fernsehversuchssendungen und eröffnete am 25.12.1952 den täglichen Programmdienst mit anstalts-eigenen Sendeanlagen. Die anderen Rundfunkanstalten

-
1. Diese Auswahl wurde getroffen, da es sich lediglich um die Beschreibung des Hintergrundes/des Rahmens handeln kann, vor dem/in dem gegenwärtige Transparenz-bemühungen zu sehen sind.
 2. vergl. hierzu: Hans Bredow, S. 255 f.
 3. vergl. hierzu: Winfried B. Lerg, S. 9 ff

schlossen sich nacheinander an. Da nicht jede der Rundfunkanstalten, die mit der Produktion von Fernsehprogrammen beauftragt war, diese selbst finanzieren konnte, vereinbarten die damaligen sechs ARD-Landesrundfunkanstalten am 27.3.1953 die Veranstaltung eines gemeinschaftlichen "Deutschen Fernsehprogramms", für das ein ständiger Programmausschuß gebildet wurde. Nach diesem "Fernsehvertrag" hatten die Anstalten zum Gemeinschaftsprogramm nach dem Verhältnis ihrer Finanzkraft unterschiedlich hohe Programmbeiträge zu leisten. Das offizielle ARD-Gemeinschaftsprogramm "Deutsches Fernsehen" wird seit dem 1.11.1954 von allen ARD-Landesrundfunkanstalten ausgestrahlt. Als 1954/55 der WDR und der NDR gegründet und der NWDR aufgelöst wurden,¹ blieb für die Länder Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Hamburg und Nordrhein-Westfalen zunächst eine gemeinschaftliche Fernsehorganisation bestehen, der "Nord- und Westdeutsche Rundfunkverband". Diese Körperschaft des öffentlichen Rechts, deren Mitglieder NDR und WDR waren, betrieb vom 1.4.1956 bis zum 31.3.1961 das Fernsehen für das Gebiet der genannten Länder und beteiligte sich am Gemeinschaftsprogramm. Seit sich an dieses Programm auch der Saarländische Rundfunk angeschlossen hat, und seit NDR und WDR für ihre Sendegebiete die Fernsehaufgaben selbst übernommen haben, wird das ARD-Gemeinschaftsprogramm von den Landesrundfunkanstalten BR, HR, NDR, RB, SDR, SFB, SR, SWF und WDR veranstaltet und über die Sendeanlagen dieser Anstalten ausgestrahlt. Die Regelung eines Gemeinschaftsprogramms fand ihre gesetzliche Bestätigung in dem "Abkommen über die Koordinierung des Ersten Fernsehprogramms", das alle Länder am 17.4.1959 abgeschlossen haben.

1. vergl. hierzu: Hans Brack, S. 30 ff.

Neben dem Gemeinschaftsprogramm senden die Anstalten jeweils für ihren Empfangsbereich Regionalprogramme, in denen in beschränktem Umfang auch Werbesendungen enthalten sind.

Die ARD- Landesrundfunkanstalten erörterten schon am 14.9.1956 den Plan zur Einrichtung eines zweiten Fernsehprogramms; entsprechende Anträge auf Erteilung von Sendelizenzen wurden vom Bundespostminister jedoch zunächst nicht genehmigt. Die Länder planten, durch Staatsvertrag für die Veranstaltung eines zweiten Fernsehprogramms einen Verband der Rundfunkanstalten zu gründen (Beschluß der Ministerkonferenz vom 20.6.1959). Um ein zweites Fernsehprogramm bemühten sich auch freie Interessenten, die eine "Studiengesellschaft für Funk- und Fernsehwerbung", eine "Pressevereinigung für neue Publikationsmittel", eine "Freies Fernsehen GmbH" u.a. gründeten. Auch der Bund, der 1953 bereits das Fernsehen I selbst regeln wollte, erstrebte eine eigene Organisation des Zweiten Fernsehens. Die Bundesregierung beschloß am 30.9.1959 den Entwurf eines Gesetzes über den Rundfunk, durch das die Einrichtung eines zweiten Fernsehprogramms ermöglicht werden sollte. Der Bundesrat lehnte diesen Gesetzentwurf am 13.11.1959 aus verfassungsrechtlichen und staatspolitischen Gründen einstimmig ab. Die das Fernsehen betreffenden Teile wurden aus dem Gesetzentwurf des Bundes herausgenommen.¹ Als dann neuerliche Versuche einer Kompromißlösung gescheitert waren, gründeten der Bundeskanzler (als Vertreter der BRD) und der Bundesjustizminister (als nichtbeauftragter Treuhänder für die Länder) durch notariellen Akt vom 25.7.1960 für den Betrieb eines zweiten Fernsehprogramms

1. Verabschiedet wurden schließlich nur die Teile, die sich mit der Gründung der "Deutschen Welle" und des "Deutschlandfunks" befaßten.

die "Deutschland-Fernsehen-GmbH". Diese GmbH, deren sämtliche Geschäftsanteile vom 25.8.1960 an in der Hand der BRD waren, sollte nur aus Werbeeinnahmen finanziert werden.

Am 7.8.1960 beschlossen einige Ministerpräsidenten, wegen dieser Bundesinitiative das Bundesverfassungsgericht anzurufen. Dies geschah durch Antrag des Landes Hamburg, dem sich die Länder Niedersachsen und Bremen anschlossen, sowie durch Antrag des Landes Hessen. Nachdem das BVG am 17.12.1960 durch einstweilige Anordnung jeglichen Betrieb eines zweiten Fernsehprogramms vorläufig untersagt hatte, verkündete es am 28.2.1961 das sogenannte Fernsehurteil. Entsprechend der im Grundgesetz verankerten Rechtslage stellte das BVG fest, für die Veranstaltung von Rundfunksendungen seien ausschließlich die Länder, nicht aber der Bund zuständig. Gründung und Existenz der "Deutschland-Fernsehen-GmbH" seien verfassungswidrig. Nach Erlass des Fernsehurteils verhandelten die Länder erneut über die Organisation eines zweiten Fernsehprogramms. Sie beauftragten zunächst die Landesrundfunkanstalten mit dem Betrieb eines vorläufigen zweiten Fernsehprogramms, das die ARD-Landesrundfunkanstalten am 23.3.1961 als Gemeinschaftsprogramm beschlossen und ab 1.6.1961 (bis zum 31.3.1963) veranstalteten. Durch Staatsvertrag vom 6.6.1961 gründeten alle Länder die öffentlich-rechtliche Anstalt "Zweites Deutsches Fernsehen" (ZDF) mit Sitz in Mainz. Das ZDF hat den Sendebetrieb am 1.4.1963 aufgenommen.

Später nahmen die ARD-Landesrundfunkanstalten die Produktion und Ausstrahlung der "Dritten Programme" (Regionalprogramme) auf: der BR am 22.9.1964, der HR am 5.10.1964, der NDR gemeinsam mit SFB und RB am 4.1.1965; der WDR hatte seit dem 1.10.1963 ein vorläufiges "Drittes Programm" ausgestrahlt und sendet seit dem 17.12.1965 das Programm "wdr/Westdeutsches Fernsehen".

1.2 Organisation und wirtschaftliche Grundlagen

Die genannten 9 ARD-Landesrundfunkanstalten ¹ sind in Einzelheiten unterschiedlich aufgebaut; dennoch läßt sich eine einheitliche Grundstruktur feststellen, so daß man in bezug auf die Rundfunkorganisation in der BRD von einem "allgemeinen westdeutschen Rundfunkrecht" sprechen kann. ²

Die Landesrundfunkanstalten sind durch Gesetz oder Staatsvertrag der Bundesländer gegründet worden. Die Organisation des Rundfunks durch die Länder entspricht der durch das Grundgesetz gegebenen Kompetenzverteilung, nach der Bund für die Rundfunk- und Fernsehsendungen keine Kompetenz hat: "Die Gesetzgebungs- und Verwaltungskompetenz für die Veranstaltung von Rundfunksendungen steht den Ländern zu". ³ Die Regierungen können den Rundfunkanstalten keine verbindlichen Weisungen geben und nicht durch Maßnahmen einer Fachaufsicht in den Rundfunkbetrieb eingreifen; die Rundfunkanstalten sind in ihren Ermessensentscheidungen selbständig, unterliegen jedoch der Rechtsaufsicht der Regierung. Das ihnen zustehende Grundrecht des Art. 5 GG darf dadurch nicht angetastet

-
1. Nicht berücksichtigt werden hier als Bundesrundfunkanstalten die "Deutsche Welle" (DW) und der "Deutschlandfunk" (DLF).
 2. vergl. hierzu: Helmut Ridder, S. 40
 3. Entscheidung des Bundesverfassungsgerichtes ("Fernsehurteil"); vergl. hierzu: Gerhard Leibholz, S. 18 ff.; Dahlmüller, Hund, Kommer; Kritik des Fernsehens, S. 257 ff.

werden. Die Jahresrechnungen der meisten Rundfunkanstalten werden durch die staatlichen Rechnungshöfe geprüft.

Die Leitungen der Anstalten liegen in der Hand besonderer Organe: Rundfunkrat/Fernsehrat, Verwaltungsrat und Intendanz.¹

- a) Der Rundfunkrat vertritt als zahlenmäßig stärkstes Aufsichtsgremium jeder Anstalt die Allgemeinheit. Er wählt bei den meisten Anstalten den Intendanten und die Mehrheit oder alle Mitglieder des Verwaltungsrates. Er berät den Intendanten besonders in Fragen der Programmgestaltung und sorgt für die Einhaltung der gesetzlichen Programmgrundsätze; er besitzt meist das Budgetrecht. Die Mitglieder der Rundfunkräte werden entweder ganz oder teilweise von den Volksvertretungen der Länder (oder des Bundes) oder von Verbänden/Institutionen des öffentlichen Lebens entsandt oder gewählt (Arbeitgeber- und Arbeitnehmerorganisationen, Autorenverbände, Kirchen, Parteien, Kulturinstitute, Presse, Regierung, Kommunalverbände u.a.).
- b) Der Verwaltungsrat wird ganz oder teilweise vom Rundfunkrat gewählt; er unterstützt und überwacht -teilweise mit Weisungsrecht- den Intendanten (den er bei einigen Anstalten auch wählt oder mit wählt), besonders in bezug auf die Geschäftsführung, bei einzelnen Anstalten auch in Programmfragen.

1. Zur Regelung im ZDF siehe S. 13 f.

Einzelheiten der Rundfunkorganisation sind den jeweiligen Gründungsgesetzen und den Satzungen der Anstalten zu entnehmen; vergl. hierzu: Günter Herrmann, Rundfunkgesetze; Wolfgang Lehr, Klaus Berg; Rundfunk und Presse in Deutschland

c) Der Intendant leitet die Anstalt im Rahmen der Beschlüsse von Rundfunk- und Verwaltungsrat und vertritt sie gerichtlich und außergerichtlich. Er wird vom Rundfunkrat oder vom Verwaltungsrat oder von beiden gemeinsam auf bestimmte Zeit gewählt.

Die Organisation des ZDF lehnt sich im großen und ganzen an die vom Bundesverfassungsgericht als verfassungsmäßig bestätigte Organisation der Rundfunkanstalten an.

a) Der Fernsehrat hat die Aufgabe (u.a.), für die Sendungen des ZDF Richtlinien aufzustellen, den Intendanten bei der Programmgestaltung zu beraten, die Satzung des ZDF zu beschließen und zu ändern sowie den Haushaltsplan und den Jahresabschluß zu genehmigen. Die 66 Mitglieder des Fernsehrates werden von den Regierungen der vertrags-schließenden Länder (11 Vertreter), von der Bundesregierung (3), von den im Bundestag vertretenen politischen Parteien (12) und von den Kirchen (5) entsandt und (35) von den Ministerpräsidenten aus Vorschlägen verschiedener Institutionen oder aus besonderen Bereichen des öffentlichen Lebens ausgewählt und berufen (§ 14 ZDF-Staatsvertrag).

b) Der Verwaltungsrat des ZDF überwacht die Tätigkeit des Intendanten und beschließt den Haushaltsplan und Jahresabschluß (die vom Fernsehrat zu genehmigen sind). Der Verwaltungsrat besteht aus 9 Mitgliedern, und zwar aus 3 Vertretern der Länder, 1 Vertreter des Bundes und 5 vom Fernsehrat gewählten Mitgliedern (auch Mitglieder des Fernsehrates selbst sind wählbar; sie scheiden jedoch mit ihrer Berufung oder mit der Annahme ihrer Wahl in den Verwaltungsrat aus dem Fernsehrat aus).

c) Der Intendant vertritt das ZDF gerichtlich und außergerichtlich; er ist für die Geschäfte der Anstalt (einschließlich Programmgestaltung) verantwortlich. Der Intendant wird vom Fernsehrat auf 5 Jahre mit mindestens 3/5 der Stimmen der Mitglieder gewählt.

Aufgrund der genannten gesetzlichen Sicherung ihres Bestandes sollen die Rundfunk- und Fernsehanstalten vom Staat und von Interessengruppen unabhängig sein. In der Praxis aber darf diese Absicherung nicht überschätzt werden. Zwar wendet sie sich ausdrücklich gegen den Staatsfunk, aber eine grundsätzliche Problematik kann sie nicht lösen: "Allen Funkgremien gemeinsam ist der Umstand, daß sie keiner gesellschaftlichen Kontrolle unterworfen sind. Sie kontrollieren nur sich selbst. Sie fungieren als die Selbstkontrolle eines bürgerlichen Parteienblocks, dessen politische Praxis sich in nichtöffentlichen Sitzungen vollzieht. Protokolle über die Gremienpolitik werden nicht veröffentlicht. Die Amtsverschwiegenheit gilt als eines der obersten Gebote. Der Zugang zu den Anstalten ist ohne Beziehungen kaum möglich." ¹

Diese Rundfunkanstalten/Fernsehanstalten finanzieren ihren Fernsehbetrieb aus Gebühren, die vom Fernsehteilnehmer zu entrichten sind; ferner aus den Einnahmen aus Werbesendungen, die alle Anstalten betreiben. ² Die Abwicklung des Werbemittlungsgeschäftes obliegt den von den Anstalten selbst gegründeten Gesellschaften, die privatrechtlich organisiert sind; die Anteile dieser Gesellschaften liegen unmittelbar oder über Treuhänder in der Hand der betreffenden Anstalt (Ausnahme: das ZDF betreibt das Werbefernsehen direkt).

1. Dahlmüller, Hund, Kommer; Kritik des Fernsehens, S. 253 f.

2. Exakte Angaben zu der Finanzierung des Fernsehbetriebes lassen sich nicht nennen, da die einzelnen Anstalten sehr unpräzise Angaben hierüber bekanntgeben. Zur Verflechtung der öffentlich-rechtlichen Anstalten mit der Privatwirtschaft vergl. : Dahlmüller, Hund, Kommer; Kritik des Fernsehens, S. 269 ff.; Horst Holzer; Theorie des Fernsehens, S. 128 ff.; Franz Dröge, S. 135 ff.; Gert Ellinghaus, S. 42 ff.

1.3 Selbstverständnis des Zweiten Deutschen Fernsehens

Nach den vertraglichen Bestimmungen hat die Anstalt einen Programmauftrag zu erfüllen, dessen wesentliche Inhalte mit den einschlägigen Textstellen des Staatsvertrages am deutlichsten wiederzugeben sind: ¹

§ 2 "... Sie (die Sendungen der Anstalt, Anm. d. Verf.) müssen der freiheitlich-demokratischen Grundordnung entsprechen und eine unabhängige Meinungsbildung ermöglichen."

§ 3, Abs. 1 "Die Berichterstattung soll umfassend, wahrheitsgetreu und sachlich sein."

Neben den Grundsätzen des Staatsvertrages sind für die Gestaltung des Programms folgende Richtlinien maßgebend: ²

II, 3 "Das Programm soll dem einzelnen die eigene Urteilsbildung ermöglichen. Es soll das Gewissen schärfen."

III, 2 "... Es (das Programm, Anm. d. Verf.) soll zu kritischem Denken ermutigen, zu Gespräch und Eigen-tätigkeit anregen."

Die formal-rechtliche Verfassung des ZDF scheint eine große redaktionelle Unabhängigkeit zu garantieren; der Wahrnehmung kritischer Funktionen im Sinne des demokratischen Auftrages scheint eigentlich nichts im Wege zu stehen. Aber dies läßt sich nur vermuten; ob diese Annahme zutrifft, ist zu überprüfen. Um zu einem fundierten Urteil zu gelangen, ist die formale Verfassung an den Realitäten, an der Funktionsweise des Fernsehens zu messen.

1. Staatsvertrag über die Errichtung der Anstalt des öffentlichen Rechts "Zweites Deutsches Fernsehen", in: Wolfgang Lehr, Klaus Berg; S. 161 ff. ; siehe hierzu Anm. 1, S. 7

2. Richtlinien für die Sendungen des Zweiten Deutschen Fernsehens, in: ZDF-Jahrbuch 1963, S. 28 f.

2. Fernsehnutzung

Mit ca. 19 Millionen (angemeldeten) Fernsehgeräten ist in der BRD eine gewisse Sättigung eingetreten; an die Stelle von Expansion tritt die Umstellung auf Farbempfänger und Zweitgeräte.¹ Fast jederman in der BRD kann zwei bundesweit ausgestrahlte Programme (ARD, ZDF) sowie Programme der Landessender empfangen. Durchschnittlich lag bereits 1974 der Zeitaufwand an einem Durchschnittswerktag für die Fernsehnutzung bei 2 Std. 11 Min. (Personen ab 14 Jahre aus Haushalten mit Fernsehgeräten in der BRD und in West-Berlin).²

Wie sehr der Gebrauch des Fernsehens als Informationsmedium und Unterhaltungsinstrument gegenüber anderen Massenmedien bevorzugt wird,³ zeigen Vergleiche mit der Nutzung anderer Medien:⁴

Fernsehen	- 2 Std. 11 Min.
Hörfunk	- 1 Std. 52 Min.
Tageszeitung	- 38 Min.

Die im März 1976 erschienene Prognose des "Spiegel"⁵ wollte Glauben machen, Fernsehen als Freizeitbeschäftigung gehöre der Vergangenheit an, das Publikum laufe dem Medium Fernsehen davon. Dem stehen Untersuchungen entgegen, aus denen zu entnehmen ist, daß das Freizeit-

-
1. vergl. hierzu: Klaus Brepohl; Die Massenmedien, S. 136 f. ; Horst Holzer; Theorie des Fernsehens, S. 85 ff.; Kirche und Rundfunk, Nr. 60/61, S. 8
 2. Zum Fernsehverhalten siehe: Motive für den Fernsehkonsum, S. 17 f.
 3. Die folgenden Werte stammen aus dem Jahr 1974, haben aber mit evtl. leichten Abweichungen noch Gültigkeit.
 4. siehe hierzu: Anlage 3, S. 146
aus: Marie Luise Kiefer, Grunddaten zur Wirkungsforschung
 5. Der Spiegel, Nr. 12, 15.3.76, S. 174 ff.

medium immer noch das Fernsehen ist.¹ Die wachsende Ausstattung bundesdeutscher Haushalte mit Fernsehgeräten hat vor allem die Feierabendgewohnheiten spürbar verändert. Der Abend gehört dem Fernsehen. In der Zeit zwischen 20 Uhr und 22 Uhr haben 3 von 4 Bundesbürgern Freizeit, jeder zweite sieht fern. In 95 % aller Haushalte steht mindestens ein Fernsehgerät und mindestens ein Hörfunkgerät, 87 % haben eine Tageszeitung abonniert oder kaufen sie regelmäßig. Für die Nutzung der Medien Fernsehen, Hörfunk und Tageszeitung wurden 1974 von jedem Bundesbürger pro Tag im Durchschnitt 4 1/2 Stunden aufgewendet.²

3. Motive für den Fernsehkonsum

Die eindeutige Bevorzugung des Fernsehens gegenüber anderen Medien macht es notwendig, nach den Motiven für den Fernsehkonsum zu fragen. Als häufigste Gründe werden allgemein genannt:

- das Bedürfnis nach Ablenkung und Zerstreuung
- die Befriedigung von Kontaktbedürfnissen
- Anlehnungsbedürfnisse (Unterwerfung unter eine Autorität, Anschluß an "Berühmtheiten").

Neben verschiedenen anderen denkbaren Ansätzen ist dieser eher psychologische Ansatz nur ein denkbarer. Es hieße das Problem ungehörlich zu vereinfachen, wenn der Hinweis unterbliebe, daß die Faszination des Publikums nicht von ungefähr kommt. Sie ist unter anderem begründet im Zuschauer selbst: der Augenzeuge gilt als der ver-

-
1. vergl. hierzu: Tagesablauf der Fernsehzuschauer; Institut für Absatzforschung, Wiesbaden, Sept. 73/74
 2. Das Zahlenmaterial ist einer Studie entnommen, die 1974 von Infratest/München durchgeführt wurde; in: Media Perspektiven, Nr. 5, 6, 7, 9, 10/75

läßlichste Zeuge; vor dem Bildschirm aber ist jeder Augenzeuge. - Die andere Begründung liegt in der spezifischen Vermittlungsform des Mediums Fernsehen: sein Live-Charakter, seine Totalsprache (Bild, Ton, Bewegung) treiben den Eindruck der Authentizität, der einleuchtenden Beweiskraft auf die Spitze.¹ - Es wäre euphemistisch, wollte man von der Existenz einer fundierten Motivationsforschung innerhalb der BRD sprechen. Sie existiert nur als Aspektwissenschaft, ein Integrationsmodell ist noch nicht in Sicht, das geeignet wäre, oftmals miteinander konkurrierende Ansätze verschiedener Wissenschaften zu vereinen.²

So selbstverständlich die Fragestellung nach dem Fernsehverhalten ist, so schwierig ist ihre forschungstechnische Konsequenz. Zuschauerverhalten und Fernseh-Empfangssituation sind Schlagworte, die sehr komplexe Handlungsabläufe begrifflich vereinfachen. Der Vorschlag, der Untersucher müsse sich sozusagen neben den Rezipienten stellen, ihn ständig begleiten und vollständig zu erfassen suchen, welche Kommunikationsangebote ihm begegnen, welchen Gebrauch er davon mache und welche Aktivitäten er selbst an den Tag lege, geht von der vereinfachenden Vorstellung aus, eine umfassende Kenntnis

-
1. vergl. hierzu: Helmut Greulich, S. 163 ff.; Dahlmüller, Hund, Kommer; Kritik des Fernsehens, S. 103 ff.; Ulrich Reyher, S. 19 ff.; Ulrich Kurowski, S. 42 ff.; Rainer Geißler, S. 74, S. 93 ff.; Horst Holzer; Massenkommunikation, S. 50 ff.
 2. Angesprochen sind unterschiedliche wissenschaftliche Ansätze, Betrachtungsweisen, Untersuchungsmethoden, Interpretationsmodelle etc., damit auch unterschiedliche Problemgewichtungen. Zu nennen sind etwa phonetische, semantische, linguistische, sozio-linguistische Ansätze; daneben gibt es Ansätze der Kybernetik, der Psychologie, der Soziologie, der Politologie, der Erziehungswissenschaft.

des Medienverhaltens sei dann gewährleistet, wenn jeder Kommunikationsakt registriert und aufgezeichnet werde. Ein Forschungsansatz, der Zuschauerverhalten nicht nur illustrieren will, braucht theoretische Überlegungen, die zwischen dem beobachtbaren Verhalten und den erklärenden Begriffen vermitteln. - Die allgemeine Forschungsfrage: was geschieht in der familiären Empfangssituation? wird in der von ARD und ZDF beauftragten "Grundlagenuntersuchung zur Fernsehzuschauerforschung" versucht zu beantworten.¹ Eine ausführliche Analyse der bereits abgeschlossenen Erhebung liegt jedoch noch nicht vor.

4. Das Programminteresse der Fernsehzuschauer

Aus den meisten Zuschauerbefragungen geht hervor, daß das Publikum gerade in der Unterhaltung eine der wichtigsten Aufgaben des Fernsehens erblickt.² "Die meisten Beschwerdebriefe ... nennen als Motiv der Kritik den Anspruch, unterhalten zu werden."³ "Das Fernsehen hat aber dieses Bedürfnis nicht erst geschaffen, es war in der Gesellschaft schon immer vorhanden. Es ist ein legitimes Recht des Menschen, wenigstens zeitweise dem Realitätsprinzip zu entfliehen und im Lustprinzip Erholung zu suchen."⁴ Folgt man diesem Gedanken, so läßt sich daraus schließen: das Fernsehen hat es dem Menschen möglich gemacht, diesem "Lustprinzip" in verstärktem

-
1. Es handelt sich um eine Untersuchung, die vom Hans-Bredow-Institut durchgeführt wird; vergl. hierzu: Will Teichert; Was machen die Menschen mit den Medien?
 2. vergl. hierzu: Hella Kellner; Die Funktion des Fernsehens in der Gesellschaft
 3. Hans Bausch, zitiert nach: Klaus Brepohl; Die Massenmedien, S. 144
 4. Klaus Brepohl; Einflüsse des Fernsehens, S. 4

Maße - weil ohne großen Aufwand - nachzugeben. Vollkommen unberücksichtigt aber bleibt bei dieser Sicht, daß das Fernsehen oftmals Kompensationsfunktionen übernommen hat, daß es mancherorts als "Ablenkungsinstrument" (Dahlmüller, Hund, Kommer) benutzt wird, von denen, "die das Programm nach ihren Interessen einrichten, um die Freizeit zu steuern".¹ Gestützt wird diese These durch die augenblickliche Programmpolitik der Dritten Programme; nach erfolgreichen Versuchen des Bayerischen Rundfunks und des Westdeutschen Fernsehens, politisch unliebsamen Sendungen in einem der Hauptprogramme "Publikumsmagneten" entgegenzuhalten, wurde diese Praxis mittlerweile von den übrigen Landessendern übernommen. Mit welchem Erfolg, das geht aus den Angaben der Teleskopie-Daten hervor, die im Auftrag der Fernsehanstalten erhoben und publiziert werden: spürbare Senkung der Einschaltquoten in einem der Hauptprogramme zu den Magazinzeiten am Montag- und Mittwochabend.² Das Programminteresse der Fernsehzuschauer wird also offenkundig gelenkt; das Fernsehprogramm antwortet nicht allein auf Publikumswünsche, sondern weckt seinerseits Bedürfnisse nach einer Scheinwelt. Im zweiten Halbjahr 1975 waren von den 145 Sendungen des ersten und zweiten Programms, die mehr als 40 % der Zuschauer erreichten, 141 Unterhaltungs- bzw. Sportsendungen.³ Selbst in diese

-
1. Dahlmüller, Hund, Kommer; Politische Fernsehfiabel, S. 50
 2. vergl. hierzu: Kirche und Rundfunk, Nr. 33/34, 30.4.76
 3. An der Spitze lagen dabei: "Tatort", "Peter Alexander", "Dalli Dalli", "Der große Preis"; vergl. hierzu: Klaus Brepohl; Die Massenmedien, S. 150 ff.; Klaus Brepohl; Einflüsse des Fernsehens, S. 6; Hella Kellner; Die Funktion des Fernsehens in der Gesellschaft, S. 9 der Anlage

harmlos anmutenden Sendungen fließen aber Maximen ein, die keinerlei Realitätsbezug haben. Ab 20 Uhr ist die Welt für den Fernsehzuschauer wieder heil. Restriktionen aus der Arbeitswelt werden beim abendlich simulierten gesellschaftlichen Aufstieg (Quiz) vergessen; in Kriminalfilmen wird permanent propagiert, "daß nicht die Mitglieder der Gesellschaft in der Lage sind, Konflikte zu bereinigen, sondern daß dies nur auserlesene, professionelle und charismatische 'Persönlichkeiten' können".¹ Auf diese und ähnliche Weise wird pausenlos Sozialhygiene betrieben, dem Zuschauer die Möglichkeit genommen, seine Position - sowohl als Fernsehkonsument, als auch als Mitglied einer Gesellschaft zu erkennen.

5. Begriffsbestimmungen

"Betrifft: Fernsehen" gehört zu den Sendereihen, deren Redakteure sich als Anwälte der Zuschauer verstehen, deren Ziel der "urteilsfähige"² Rezipient ist. Urteilsfähigkeit setzt voraus, daß mehr als nur vage Blicke hinter die Kulissen (auf Produktionsprozesse) gewährt werden; Schlagworte wie "Transparenz", "intramediäre Kritik", "Feedback" und als direkte Ableitung aus den Feedback-Theoremen "Zuschauerbeteiligung" kennzeichnen weitergehende Bemühungen.

5.1 Transparenz

Am Anfang dieses Versuches, die Begriffsfülle zu definieren, muß der Begriff "Transparenz" stehen; dies

1. Dahlmüller, Hund, Kommer; Kritik des Fernsehens, S. 176

2. zitiert aus der Konzeption für "betrifft: Fernsehen"; siehe hierzu: Konzeption, S. 45 ff.

nicht, weil das von ihm Gemeinte am längsten gefordert wird, sondern weil seine Realisierung die sachlich notwendige Voraussetzung für alles Weitere ist. Eine Beteiligung der Zuschauer am Programm muß solange pure Illusion bleiben, solange eben dieser Zuschauer keine oder nur sehr diffuse Vorstellungen von dem Massenmedium Fernsehen hat. Zuschauerbeteiligung ohne profunde Information über das Medium (gemeint ist sowohl Information über den Produktionsapparat, als auch über die gesellschaftspolitische Bedeutung) hieße, den Rezipienten zum Statisten zu degradieren, ihn als Kulisse zu verwenden. Zuschauerbeteiligung in diesem Sinn hätte (und hat sie gegenwärtig) nur eine einzige Bedeutung: Alibifunktion für die Anstalten und die sie tragenden Kräfte. ¹

Transparenz bedeutet in erster Linie, "daß der Rezipient durch Information über das aktuelle Geschehen in den Anstalten und ihrem gesellschaftlichen Umfeld die Möglichkeit erhält, den Massenkommunikationsprozeß und seine Organisation in Hinsicht auf die vorgegebenen Aufgaben zu kontrollieren". ² Hier ist in verkürzender Weise nur der Kontrollgesichtspunkt des Begriffes "Transparenz" angesprochen; sein umfassender Charakter meint aber nicht nur die Veröffentlichung anstaltsinterner Vorgänge, sondern auch den Versuch, den Vermittlungsprozeß selbst durchsichtig zu machen, indem er Fragen der Programmpraxis einschließt. ³ Tatsächlich ist für die meisten Zuschauer das Fernsehen "ein Buch mit sieben Siegeln", etwas Geheimnisvolles, Perfektes, Allgegenwärtiges. Über das Zustandekommen von Programmen gibt es

1. vergl. hierzu: Norbert Schneider; Zuschauerbeteiligung, S. 10 ff.

2. Wolfgang Bauer, S. 88

3. vergl. hierzu: Gert Ellinghaus, S. 22

in den Köpfen der meisten Rezipienten nur verschwommene oder gar keine Vorstellungen, ebenso über die Möglichkeiten und Grenzen des Mediums, über seine wirtschaftliche, juristische, organisatorische Bestimmung, über Auflagen, Verflechtungen und letztendlich über den Abbildcharakter des Fernsehens.¹ Soll der Abstand zwischen dem Fernsehen und seinem Publikum aufgehoben werden, muß man mit der Entmythologisierung des Mediums ernst machen. "Bei der Forderung nach Transparenz steht also nicht zur Debatte, ob und wie interessant es für das Publikum ist, auch einiges über das Fernsehen zu wissen, zur Debatte steht vielmehr die gesellschaftliche Effizienz jenes Vermittlungsdienstes, den das Fernsehen auftragsgemäß zu leisten hat."² Für Dietrich Schwarzkopf soll Transparenz beim Zuschauer "sowohl Mißtrauen gegenüber dem Fernsehen als auch Vertrauen zum Fernsehen wecken".³ Er versteht unter dem Schlagwort "Transparenz" allerdings auch - und dies ist für leitende Angestellte⁴ einer Fernsehanstalt keineswegs selbstverständlich - eine Klärung des Verhältnisses Zuschauer - Fernsehen aus gesellschaftspolitischer Sicht: "... nicht allein durch eine Erläuterung der Fernsehtechnik. ... Wer weiß, wie eine Kamera und wie das Konferenzgefüge des Fernsehens funktionieren, hat noch lange nicht erfahren, welche Rolle das Fernsehen gegenüber dem Zuschauer spielt".⁵ W. Bauers Einschätzung, Schwarzkopf reduziere

-
1. vergl. hierzu: Dahlmüller, Hund, Kommer; Kritik des Fernsehens, S. 143 ff.
 2. Rainald Merkert, S. 55
 3. Dietrich Schwarzkopf, S. 7
 4. "Leitende Angestellte" verstanden als: Personen, die einzelnen Redaktionen/Programmbereichen weisungsbefugt übergeordnet sind.
 5. Dietrich Schwarzkopf, S. 7

"Transparenz" auf eine nur technische Komponente, ist demnach nicht haltbar.¹ Kritisch angemerkt werden muß vielmehr, daß Schwarzkopf Grenzen derartiger Transparenzbemühungen sieht: "Es ist utopisch, eine Offenlegung aller Entscheidungsprozesse zu verlangen."² Wo allerdings diese nicht näher beschriebene Grenze liegt, bleibt im Verborgenen.

Eine Überprüfung einzelner Sendungen, allerdings nicht des NDR³ sondern des ZDF wird zeigen, wo genau die Grenzen gegenwärtiger Transparenzbemühungen liegen. Grenzen nicht nur hinsichtlich möglicher Inhalte, auch hinsichtlich der Wirkungsmöglichkeiten beim Rezipienten. Hier erst kann sich zeigen, ob Transparenz "Fenster" oder nur "Schaufenster" meint.⁴

5.2 Intramediäre Kritik

Was sich an Sendungen oder Sendereihen im weitesten Sinn unter dem zentralen Begriff "intramediäre Kritik" zusammenfassen läßt, ist eine Mischung aus Medienkunde⁵ und

1. vergl. hierzu: Wolfgang Bauer, S. 92

2. Dietrich Schwarzkopf, S. 8

3. Schwarzkopf ist Programmdirektor Fernsehen beim NDR

4. vergl. hierzu: Hartmut Bitomsky, S. 523 ff.

5. "Medienkunde" entstammt aus der pädagogisch orientierten Auseinandersetzung mit Massenmedien; sie ist in engem Zusammenhang mit der herkömmlichen Medienpädagogik zu sehen, also der Erziehung zu den Medien; im Gegensatz hierzu "Mediendidaktik" als Erziehung durch die Medien. "Medienkunde" befaßt sich als Bestandteil einer Medienpädagogik mit der Vermittlung aller objektivierbaren Bestandteile des Massenkommunikationsprozesses, der Vermittlung technologischen Wissens.

Medienkritik, wobei in der Regel zwischen diesen beiden Begriffen nicht exakt unterschieden wird. In der Fernsehpraxis findet denn auch diese Unschärfe ihre Entsprechung, als meist Mischformen produziert werden. Zu ihrer Unterscheidung schrieb Merkert: "Die Schwäche der Medienkunde besteht darin, daß sie meist wenig attraktiv ist und leicht langweilig gerät; das gilt für Medienkunde ebenso wie etwa für die Institutionenkunde in der politischen Erziehung. Überdies ist ihr eine affirmative Tendenz zu eigen, da sie über das informiert, was ist, über das 'Bestehende' also. Insofern muß das kritische Element hinzutreten, das für Pädagogik wie Journalistik wesentlich ist. Die Schwäche der Kritik wiederum besteht darin, daß sie einen Hang zur Esoterik hat, sie setzt Kenntnis und Wissen über die kritisierten Objekte voraus, im Falle der Medienkritik zu unrecht." ¹

Medienkunde meint also: Erziehung zum Medium durch das Medium, wobei sie sich vorwiegend der Vermittlung formal-technologischen Wissens und aller objektivierbaren Bestandteile des Massenkommunikationsprozesses widmet. Medienkritik wendet sich gegen die Festschreibung der Rezipientenrolle des Zuschauers und will ihn in die Lage versetzen, den Zusammenhang seiner Rezipientenrolle zum gesellschaftlichen Ganzen wie auch zu seinen individuellen Bedürfnissen und Interessen herzustellen. In der Fernsehpraxis freilich stoßen derartige Theoreme auf massive Schwierigkeiten: "Zwar schafft die öffentlich-rechtliche Struktur des deutschen Fernsehens günstige Voraussetzungen für solche Selbstkritik, im Unterschied zu staatlichen oder kommerziellen Rundfunksystemen, aber die bisherigen zaghaften Ansätze dazu zeigen, daß sie trotzdem gegenwärtig noch keine Chance hat. Zumindest macht es der herrschende Ressort- und Hausegoismus nahezu unmöglich,

1. Rainald Merkert, zitiert nach: Wolfgang Bauer, S. 105

daß eine Abteilung die anderen, daß gar ein Haus die anderen kritisiert." ¹

5.3 Feedback

"Feedback" meint laut Duden "Rückfütterung", den Vorgang der Rückbeeinflussung. Nach beinahe zwanzigjähriger Fernsehpraxis bestätigt die in den Anstalten einsetzende Diskussion um diesen Begriff, daß sich die für das Fernsehprogramm verantwortlichen Redakteure und die Programmverantwortlichen im Sinne der Rundfunk- und Fernsehgesetze bisher nicht allzuvielen Gedanken um den Zuschauer und den Gebrauchswert des Programmangebots gemacht haben. Erst im Zusammenhang mit allgemeiner Diskussion um Mitbestimmung und Demokratisierung wurde die Frage aufgeworfen, wie die Bedürfnisse und Erwartungen der Rezipienten gelagert sind, und wie man sie in die Programmgestaltung einbringen könnte. - Die direkte Übertragung des aus der Kybernetik stammenden Begriffs "Feedback" auf den Massenkommunikationsprozeß ist äußerst problematisch, denn eine Rückkopplung auf demselben Weg, auf dem Informationen entgegengenommen werden, ist für das Medium Fernsehen nicht möglich. Demnach gibt es also kein Feedback, es sei denn mit Hilfe anderer Medien. ² Der von den Programm-Mitarbeitern hervorgebrachte Wunsch nach Feedback ist zu interpretieren als Wunsch, den Abstand zwischen Publikum und Fernsehen zu überwinden; das Vakuum, in dem die Fernsehmacher zu produzieren gezwungen sind, vermag keine Orientierungshilfen für die Gestaltung

1. Rainald Merkert, S. 56

2. vergl. hierzu: Manfred Jenke, S. 19 f.; Wolfgang Langenbucher, S. 434 ff.

von Programmen zu geben.¹ Neben dem direkten Feedback (s.o.) wie Zuschauerpost, Telefonanrufe von Zuschauern, das allerdings entweder zu spät eintrifft (Übermittlungsdauer eines Briefes) oder aber den Nachteil von nicht kontrollierter Selektion (Auswahl von Anrufen) beinhaltet, gibt es Formen indirekter Rückkopplung. An erster Stelle wäre die Zuschauerforschung zu nennen, dann Echo und Kritik aus dem Kreis von Kollegen und Bekannten; desgleichen die Reaktionen der von der Sendung "Betroffenen", professionelle Kritik und schließlich Kontrolle der Aufsichtsgremien.

Der entscheidende Grund für die Feedbackforderung ist jedoch gesellschaftlicher bzw. politischer Natur. Die Forderung nach relevanter Mitsprache ist dabei nicht nur mit Hilfe der bekannten kommunikationstheoretischen Modelle zu begründen, sondern ebenso mittels Rechtsprechung. "Das Niveau des Programms haben also die gesellschaftlich relevanten Gruppen nach dem Maße ihrer Mitwirkung und Beteiligung über die dazu bestellten repräsentativen Trägerorgane und außerhalb dieser Einrichtungen die Rundfunk- und Fernsehteilnehmer durch individuelle und kollektive Aktivitäten gegenüber den Trägereinrichtungen und durch ihre Entscheidungen bei der Wahl und der Auswahl des Programms zu bestimmen und zu verantworten. Aus alledem folgt, daß die Träger für die Erfüllung der öffentlichen Aufgabe nicht eigentlich 'Herr' des Rundfunks und des Fernsehens sind, und daß noch weniger die berufsmäßigen Akteure innerhalb dieser Träger sich als die Herren des Rundfunks und des Fernsehens verstehen dürfen, sondern daß die Träger nur Instrument sind, mittels dessen die gesellschaftlich relevanten Kräfte und Gruppen die öffentliche Aufgabe erfüllen. Solange die Freiheit des Rundfunks ... nur durch

1. vergl. hierzu: Hans Jürgen Weiß, S. 174 f.

eine bestimmte Binnenstruktur der Trägerorganisationen verwirklicht werden kann, würde es eine Verkehrung des in Art. 5 GG enthaltenen Prinzips der Rundfunkfreiheit sein, die öffentliche Aufgabe als eine vom Träger souverän oder selbstherrlich, d.h maßgeblich von seiner Auffassung über das rechte Verständnis von dieser Aufgabe und ihrer Erfüllung bestimmte Aufgabe zu verstehen, statt die gesellschaftlich relevanten Kräfte und Gruppen als die über Form, Inhalt und Gestaltung der Rundfunkdarbietung Bestimmenden anzusehen, denen sich die Träger zu öffnen und denen sie zu dienen haben." ¹

5.4 Zuschauerbeteiligung

Die Forderung nach Zuschauerbeteiligung geht insofern weiter als die Feedbackforderung, als sie nicht nur die Möglichkeit anspricht, bspw. durch Telefonanrufe den Verlauf von Sendungen beeinflussen zu können; sie will die Beteiligung des Zuschauers bereits bei der Vorbereitung von Sendungen und damit auch bei Programmentscheidungen. ² Als Argument für diese Forderung werden häufig schicht- und bildungsspezifische Barrieren genannt. ³

Vielen Programmverantwortlichen ⁴ scheint dieser demokratische Impetus bereits durch die in den Öffentlich-

-
1. Wolfgang Langenbucher, zitiert nach: Wolfgang Bauer, S. 96
 2. vergl. hierzu: Norbert Schneider, Zuschauerbeteiligung, S. 10 ff.
 3. vergl. hierzu: Rainer Geißler, S. 195 ff.
 4. siehe hierzu: Anm. 4, S. 23; "Leitende Angestellte"
= Programmverantwortliche

rechtlich verfaßten Organisationen institutionalisierte Form gesellschaftlicher Mitbestimmung, den Aufsichtspremien, erfüllt. Folgerichtig sind im Hinblick auf Zuschauerbeteiligungen drei Gruppen zu nennen:

- die qualifizierten Zuschauer, etwa Berufskritiker oder Experten eines Sachgebietes
- die Zuschauer, die weniger qualifiziert sind, und die etwa in "Pro und Contra" abstimmen dürfen
- die "gewöhnlichen" Zuschauer, die auch im Studio reine Beobachterfunktion haben und als Kulisse verwendet werden.

Daneben gibt es im ZDF eine Sendereihe, die tatsächlich von Zuschauern gemacht wird, bei der die Redakteure nur technische Hilfestellungen geben: das Jugendmagazin "Direkt". Gerade an ihr wird aber ein Kernproblem derartiger Sendungen deutlich. Je mehr Gruppen sich melden, desto undemokratischer sind (notwendigerweise) die Konsequenzen, denn desto stärker muß ausgewählt werden. - Demokratisierung als quantitatives Problem zu begreifen ist offenbar sinnlos. Beinahe resignierend meinte Stuart Hood auf der Funkausstellung in Berlin 1971: "Wie man eine demokratische Methode finden könnte, um dem Fernsehpublikum ... eine wirkliche Vertretung zu schaffen, ist ein schwer zu lösendes Problem." ¹

Bei allen diesen Überlegungen ist nochmals darauf hinzuweisen, daß Zuschauerbeteiligung - verstanden als qualitative Beteiligung - solange sinnlos ist, solange der Rezipient das Fernsehen nur als "publizistisches Gottesgnadentum" ² begreifen kann. "Transparenz und Publikumsaufklärung entarten zum Blick in die Geheimnisse der Fernsehküche, der dem draußen stehenden Rezipienten

1. Stuart Hood, WDR/WDF, 28.8. 1971

2. Rainald Merkert, S. 60

mit gönnerhafter Miene gewährt wird; Feedback gerät zur technisch-organisatorischen Selbstbefriedigung; Zuschauerbeteiligung ist teils Ausdruck guten Willens, teils hat sie Alibifunktion; intramediäre Kritik aber wird für die Kritiker zum Grabenkampf und für die Kritisierten zum Partisanenkrieg." ¹

Im folgenden soll versucht werden, einen Aspekt aus Merkerts Negativbilanz (Transparenz und Publikumsaufklärung) näher zu kennzeichnen.

1. Rainald Merkert, S. 60

6. "Das Gespräch mit dem Zuschauer"

Erste Versuche des ZDF, das Fernsehen dem Zuschauer näher zu bringen, stellen Sendungen der Reihe "Das Gespräch mit dem Zuschauer" dar.¹ Der Intendant des ZDF, Prof. Holzamer, nimmt zu - meist aktuellen - fernsehspezifischen Fragen Stellung.

Der Titel der Sendereihe: "Das Gespräch ... " erweckt den Eindruck, die beteiligten Zuschauer hätten die Möglichkeit, als "gleichberechtigte" Partner mit dem Leiter einer Fernsehanstalt zu sprechen. Zudem heißt es im ZDF - Jahrbuch: "An dieser Gesprächsrunde, die viermal jährlich veranstaltet und ohne Schnitte - wie eine Live-Sendung - ausgestrahlt wird, nehmen 22 Zuschauer teil. Sie werden aufgrund der eingehenden Bewerbungen nach Kriterien wie Beruf, Alter und Geschlecht möglichst so ausgewählt, daß der Kreis in etwa die Zusammensetzung der Zuschauerschaft widerspiegelt."² "Ohne Schnitt" und "Live-Sendung" machen deutlich, daß man dem Zuschauer glauben machen will, es könne schonungslos, d.h. ohne Rücksicht auf etwaige Tabus, gefragt werden, es gäbe hier die totale - weil unbeschnittene - Information. Was aber wird eigentlich gefragt? Aus einer Untersuchung von Frank und Schwarzenau³ geht hervor, daß die Zuschauerfragen sich kategorisieren

1. "Das Gespräch mit dem Zuschauer" kommt als Aufzeichnung über den Bildschirm; Dauer der einzelnen Sendung: ca. 45 Min.; "Gesprächsscharakter" haben die Beiträge erst seit 1971; vorher - die Sendereihe gibt es seit 1963 - waren es eher "Ansprachen an die Zuschauer, in denen der Intendant zu Themen Stellung nahm, die ihm wichtig erschienen" (Ursula Grothaus, verantwortlich für die genannte Sendereihe).

2. ZDF - Jahrbuch 1974, S. 45

3. Bernward Frank, Dieter Schwarzenau; Schwierigkeiten beim Gespräch mit dem Zuschauer, S. 8 f.

lassen in:

- wann werden die Beiträge gesendet, die mich (also den einzelnen Zuschauer) interessieren?
- wie oft kommen sie über den Bildschirm?
- warum bieten die Programme manchmal "Gutes" (= Unterhaltung) und warum manchmal nur "Schlechtes" (= Politik, Kultur, Wissenschaft und dgl.)?
- warum bringt das Fernsehen so viele Wiederholungen?
- warum koordinieren die Fernsehanstalten ihre Programme nicht? (Angebot eines interessierenden und eines nicht interessierenden Programms)

"Alle anderen Fragen scheinen dem Zuschauer nur temporär wichtig zu sein, da sie offensichtlich nicht direkt mit dem zentralen Beurteilungsmaßstab für das Fernsehen, nämlich der Berücksichtigung seiner eigenen Gewohnheiten, Interessen und Wünsche zusammenhängen." ¹

Der Zuschauer scheint von seinen Sehgewohnheiten her auf ein sehr eingeeengtes Fragenrepertoire festgelegt zu sein. Hinzu kommt, daß das Fernsehen über sich nur in geringem Maße und völlig unzureichend berichtet hat; der Teil der programmbegleitenden Publizistik, der von der überwiegenden Mehrheit der Zuschauer genutzt wird, nämlich die Programmillustrierten, stellt primär die Glamourwelt des Fernsehens heraus. So ist es denn kein Risiko, "Zuschauer einzeln oder in Gruppen vorzulassen, die von der 'Temperatur' eines Studios nichts wissen". ² Mehr oder weniger "zufällige Konstellationen provozieren periphere Fragen und rüde Antworten. Die Zuschauer, manchmal schlecht, d.h. oberflächlich informiert, bleiben

1. Bernward Frank, Dieter Schwarzenau; Schwierigkeiten beim Gespräch mit dem Zuschauer, S. 9

2. Norbert Schneider; Zuschauerbeteiligung, S. 12

in dieser Situation den 'Leuten vom Bau' gegenüber immer benachteiligt". ¹

Das, was unter dem Titel: "Das Gespräch mit dem Zuschauer" als Zuschauerbeteiligung ausgegeben wird, hat mit qualitativer Beteiligung wenig zu tun. Das "Gespräch" ist immer noch eher ein Monolog, eine Selbstdarstellung; es hat PR-Effekt, Alibifunktion. Kritik des Fernsehens durch das Fernsehen, ernstgenommene Medienkunde, kann es nicht ersetzen, nur diskreditieren.

7. Die "ZDF - Werkstatt"

Am 9. April 1970 lief die Reihe "ZDF - Werkstatt" an. Außer einer formalen Festlegung (Magazin) gab es für diese Sendereihe keine verbindliche Konzeption, aus der ersichtlich wäre, daß die Macher das "Transportmittel Fernsehen" ² transparent machen wollten. Die "ZDF - Werkstatt" wurde vielmehr als eine Sendereihe verstanden, die Servicefunktionen zu übernehmen hatte. Vokabeln wie "Medienkunde" oder "Medienkritik" wären daher deplaziert verwandt; zutreffender wären Termini wie "bebilderte Programmhinweise" und "PR-Veranstaltung". Man wollte mit dieser Sendereihe das Fernsehen dem Zuschauer nicht erklären, sondern man wollte es ihm schöner, angenehmer machen.

Pro Sendung griffen die Autoren ca. 5 Themen auf, die in etwa vierminütigen Beiträgen realisiert wurden. Gegenstände waren: Berichte über neue ZDF - Produktionen, Stars im Studio, Interviews mit "Persönlichkeiten" aus dem Film- und Fernsehgeschäft, Korrespondententätigkeit.

1. Hans-Geert Falkenberg, S. 113

2. Dieter Stolte, S. 6

Verallgemeinernd läßt sich sagen: es gab ausschließlich Berichte über Werkstattprozesse (Titel!). Wegen Umstellung des Programmschemas ¹ wurde das "PR - Werkstatt - Magazin" ² nach insgesamt 45 Sendungen am 20. September 1973 aufgelöst. Thema der letzten Sendung: "Mehr Kontakt mit dem Zuschauer". ³

8. "Betrifft: Fernsehen"

Die Entstehung der Sendereihe "betrifft: Fernsehen" ist vor dem Hintergrund der Diskussionen um Demokratisierung und Mitbestimmung zu sehen, die verstärkt in den Jahren 1968 - 1972 einsetzten. Mitarbeiter der Fernsehanstalten ahnten, "daß mit ihm (dem Fernsehen, Anm. d. Verf.) etwas vor sich geht, das ans Licht gebracht werden muß". ⁴ Sie fühlten sich verpflichtet, den Zuschauern nicht nur Orientierungshilfen für sein Verhalten in der Gesellschaft zu geben, sondern - und darauf kommt es hier vor allem an - ihnen auch einen "richtigen" ⁵ Gebrauch des Mediums zu eröffnen.

1. vergl. hierzu: ZDF - Jahrbuch 1973, S. 59 ff.

2. so der ehemalg verantwortliche Redakteur dieser Reihe, Günther Picho

3. laut Ablaufprotokoll der Sendung; ihr Inhalt: Ausschnitte aus öffentlichen Diskussionen auf der 2. Internationalen Funkausstellung in Berlin 1973; die Erwähnung der "ZDF - Werkstatt" begründet sich mit der Haltung des ZDF - Intendanten, Elemente dieser Reihe müßten in "betrifft: Fernsehen" einfließen.

4. Richard Wisser, S. 379

5. siehe hierzu: Vorschlag für eine medienanalytische Sendereihe, S. 35

8.1 Vorschlag für eine medienanalytische Sendereihe

Im folgenden wird aus dem "Vorschlag für eine medienanalytische Sendereihe" zitiert, der von Mitarbeitern des ZDF im Oktober 1972 erarbeitet wurde.¹ Hierbei gingen die Verfasser davon aus, "daß die Zuschauer durch das Fernsehen Hinweise erhalten müßten, das Medium 'richtig' zu nutzen".² "Richtiges" Fernsehen wird demgemäß nicht von vornherein praktiziert, sondern kann (und muß) erlernt werden. Was aber bedeutet "richtiges" Fernsehen? "Die Fähigkeit, Äußerungen und Darstellungen des Fernsehens an eigenen Erfahrungen und Einstellungen zu messen auf ihre Richtigkeit und Angemessenheit, die Fähigkeit zu einer distanzierten Betrachtung also, zu einer 'permanent kritischen Haltung' (Adorno). Gegen diese Definition 'richtigen' Fernsehens läßt sich einwenden, daß die Mehrzahl der Zuschauer gar nicht das richtige Werkzeug eigener Erfahrung und Einstellung zur Verfügung hat. ... Eine medienkritische (!)³ Sendereihe soll deshalb nicht vordergründig schocken und medienimmanente Ungreimtheiten krass herausstellen, sondern dem Zuschauer generell die Möglichkeit zur Distanz vermitteln. Will man dazu beitragen, daß das Medium von den verschiedenen Zuschauergruppierungen so genutzt wird, wie es den eigenen Absichten des Fernsehens entspricht, so muß das Hauptaugenmerk auf die große Zahl der nicht-intellektuellen Fernsehzuschauer gerichtet werden."⁴

Aus dem zitierten Abschnitt, der für den "Vorschlag

-
1. Die Autoren sind: Bernward Frank, Helmut Greulich, Hella Kellner, Wolfgang Lörcher
 2. Vorschlag für eine medienanalytische Sendereihe, S. 1
 3. Hervorhebung des Verfassers
 4. Vorschlag für eine medienanalytische Sendereihe, S. 1 f.

für eine medienanalytische Sendereihe" kennzeichnend ist, ergeben sich die Fragen:

- was meint "medienanalytisch" im Gegensatz zu "medienkritisch"?
- was bedeutet: die Zuschauer sollen lernen, das Medium Fernsehen so zu benutzen, wie es Absicht des Fernsehens ist?

Die synonyme Verwendung der Begriffe "medienanalytisch" und "medienkritisch" markiert deren Unschärfe ¹ und deutet die Verwendbarkeit für unterschiedlichste Interessen und Zielsetzungen an. Der Terminus "medienanalytisch" stellt an die zu schaffende Sendereihe nicht nur die Forderung nach Medienkunde im Sinne von "Fernsehhilfe", sondern beinhaltet ebenso die Forderung, die Struktur des Fernsehens, seine Position und Aufgabe innerhalb der Gesellschaft zu klären. Dies aber heißt nicht, vordergründig zu schocken; es ist vielmehr eine Notwendigkeit, nicht nur Erscheinungsformen und Spielarten des Mediums Fernsehen zu präsentieren, sondern auch das so oft als "lebloses" Übermittlungsinstrument betrachtete Medium dort transparent zu machen, wo die "Öffentlichkeit" der öffentlich-rechtlichen Anstalt für Außenstehende aufhört.

Sieht man sich das Fernsehprogramm auf seine Inhalte hin an, so läßt sich aussagen: es gibt ein Primat der Unterhaltung. Unterhaltung, die in der Regel äußerst geringen Realitätsbezug aufweist. Eine medienkritische (im Sinne der Autoren!) Sendereihe soll dem Zuschauer die Möglichkeit geben, diesen Sachverhalt zu erkennen, Distanz zu gewinnen, das Medium so zu nutzen, wie es seinen Absichten entspricht. Der inhärente Widerspruch scheint unauflöslich. ²

1. sowie m. E. deren unreflektierte Verwendung

2. siehe hierzu: Selbstverständnis des ZDF, S. 15

Zusammenfassend werden in dem "Vorschlag für eine medienanalytische Sendereihe" Notwendigkeiten für dessen Realisierung genannt: ¹

- es sollen verschiedene Zuschauergruppen angesprochen werden; wichtigstes Unterscheidungsmerkmal: Schichtenzugehörigkeit; primäre Zielgruppe sollen die nicht-intellektuellen Zuschauer sein.
- die Sendereihe soll 6mal pro Jahr (45 Min.) ausgestrahlt werden.
- wegen unterschiedlicher Zielgruppen sollen verschiedene Sendezeiten gewählt werden.
- die Sendereihe soll verschiedenste Sendeformen umfassen, um Vorbehalte gegen "didaktische" Sendungen auszuschalten; reine Lehrsendungen und Diskussionen sollen aus diesem Grund vermieden werden.
- die Gestaltung jeder Sendung soll durch Kooperation des Redaktionsteams von "betrifft: Fernsehen" ² mit Redakteuren des jeweils anstehenden Themenbereiches erfolgen; außerdem sollen von Fall zu Fall Fernsehkritiker, Medienwissenschaftler und - als wichtiger Bestandteil der Reihe - Zuschauer zu Sendungsvorarbeiten und zur Sendung selbst herangezogen werden.
- ein möglichst wirkungsvolles Feedback müßte durch eine begleitende Zuschauerforschung ermöglicht werden.

8.1.1 Themenvorschläge für die medienanalytische Sendereihe

An dieser Stelle sollen in ausführlicherer Form die Themen vorgelegt werden, die die Autoren des "Vorschlages

1. sinngemäße Wiedergabe

2. Zu diesem Zeitpunkt stand der Titel für die zu schaffende Sendereihe noch nicht fest.

für eine medienanalytische Sendereihe" erarbeiteten. Nach Ansicht des Verfassers läßt sich auf diese Weise am ehesten verdeutlichen, welches Verständnis sie von den Begriffen "medienanalytisch" und "medienkritisch" haben.

Als Themenvorschläge wurden angegeben: ¹

- "Grenze des Dokumentarischen"

- a) ein dokumentarischer Beitrag wird vorgeführt;
- b) ein ausgewählter Kreis von Zuschauern wird befragt, was der Film aus seiner Sicht vermittelt hat;
- c) durch Ausschnitte vom Entstehen des Films (Dreharbeiten) wird dokumentiert, was der Film hätte außerdem vermitteln können;
- d) Gespräch mit dem Produzenten; was sollte der Film vermitteln?
- e) Befragung der vom Film "Betroffenen", inwieweit sie sich "betroffen" fühlen;
- f) zusammenfassende Ergebnisse.

- "Manipulation im Fernsehen?"

- a) eine Reportage wird gezeigt; einige ausgesuchte Zuschauer (Gruppe A) diskutieren ihre Eindrücke;
- b) eine andere Zuschauergruppe (B) begleitet beobachtend das Entstehen der Reportage und stellt kritische (!) ² Fragen, die die Macher beantworten;
- c) Konfrontation beider Zuschauergruppen; Diskussion im Beisein der Macher über handwerklich bedingte (!) ³ Manipulationen.

1. Es handelt sich um die sinngemäße Wiedergabe einiger, für den gesamten Themenkatalog aber charakteristische Vorschläge.

2. Hervorhebung des Verfassers

3. Hervorhebung des Verfassers

- "Das Entstehen von Unterhaltungssendungen"

- a) Thema dieser Sendung wäre das Verhältnis von Künstlichkeit und Spontaneität, von Routine und Natürlichkeit;
- b) Produktionsbeobachtung (!) ¹; Funktion der beteiligten Mitarbeiter, Einstudierung der "Rollen" etc.;
- c) Vorführung der Sendung in Kapiteln: in die Produktionsbeobachtung werden Teile eingeschoben, die kommentieren, allerdings nicht lehrhaft; Ähnlich wie beim Quiz (!) ² müßte den Zuschauern eine aktive Rolle zufallen.

- "Jugendmagazin 'Direkt'"

- a) Beobachtung der Entstehung eines Gruppenfilms (!) ³; wie stark sind die Gruppen selbständig beteiligt, welche Schwierigkeiten ergeben sich daraus?
- b) Entstehung eines Autorenfilms zum gleichen Thema;
- c) Vergleich der Vor- und Nachteile beider Produktionsweisen durch ihre Gegenüberstellung.

Aus den Themenvorschlägen läßt sich entnehmen, daß es gemäß der ersten Planung zur Sendereihe "betrifft: Fernsehen" beabsichtigt war, in erster Linie "Werkstattwissen" zu verbreiten. Derartige Sendungen mit Begriffen wie "medienanalytisch" oder "medienkritisch" zu versehen, wäre Etikettenschwindel.

Dem "beteiligten" Zuschauer sollen Rollen wie beim Quiz

1. Hervorhebung des Verfassers

2. Hervorhebung des Verfassers

3. Hervorhebung des Verfassers

zufallen; er wird aktiv beteiligt, ohne zu wissen, daß er eigentlich nur benutzt wird. Man erwartet von ihm kritische Fragestellungen zu Produktionsabläufen, ohne ihn zunächst mit jenen Informationen ausgestattet zu haben, die es ihm erst ermöglichen würden, ihnen mit sachkundiger und kritischer Einstellung zu begegnen. ¹ "Was praktisch bleibt, sind ein paar Zuschauer vom Dienst, die gewissermaßen den zweiten Medienweg absolviert haben und ihrerseits nichts mehr von der Basis wissen." ²

8.2 Offizielle Ankündigung der Sendereihe

"betrifft: Fernsehen"

Bereits ein Jahr nach dem "Vorschlag für eine medienanalytische Sendereihe" spricht das "ZDF - Journal" ³ von einer "medienkundlichen Sendereihe, die Einblicke vermitteln will", die "entschleiern" möchte. ⁴ In einem Interview nennt Greulich (Redaktionsleiter) seine Definition von "Medienkunde": "Ich würde den Begriff so weit wie möglich fassen. Er soll nicht nur die Unterrichtung über das Handwerk, sondern die detaillierte Untersuchung von Arbeitsgängen, Arbeitsprozessen und auch Arbeitszwängen enthalten. Darauf den Zuschauer durch medienkundliche Sendungen aufmerksam zu machen, ihn in diese Problematik hineinzuführen, das scheint mir wichtig, das würde ich unter Medienkunde verstehen." ⁵

1. siehe hierzu: Zuschauerbeteiligung, S. 28 ff.;

"Das Gespräch mit dem Zuschauer", S. 31 ff.

2. Norbert Schneider; Zuschauerbeteiligung, S. 12

3. offizielles Presseorgan des ZDF

4. ZDF - Journal, Nr. 24, 26.11.73, S. 13

5. Manuskript des für das Journal bestimmten Interviews, S. 1

Mit dem Begriff "Arbeitszwänge" deutet Greulich an, daß es ihm nicht nur um "Medienkunde" ¹ im vorher beschriebenen Sinn geht. Er beteuert vielmehr: "... wir haben uns ernsthaft vorgenommen, dem Zuschauer soviel Einblicke als möglich in unsere Probleme zu geben." ² Offenkundig erkannte der Leiter der Redaktion bereits in der Entstehungsphase von "betrifft: Fernsehen", daß dem allzu großzügigen Einblick in das Organisationsgefüge des ZDF Grenzen gesetzt sein würden, die zunächst in der nicht immer vorhandenen Bereitschaft seiner Kollegen zu finden sind, mit einer medienkundlichen/medienkritischen Redaktion zusammenzuarbeiten. "Das beginnt beim Ressort-Egoismus innerhalb einer Rundfunkanstalt, wo fast jede Redaktion, Abteilung oder Hauptabteilung eine elementare Kritik ihres Programms im Programm als Schwächung ihrer Position ansieht." ³

Die im "Vorschlag für eine medienanalytische Sendereihe" genannten Notwendigkeiten für die Realisierung des Programmvorhabens wurden korrigiert bzw. erweitert durch die Leitsätze: ⁴

- Sendetermin ist 7mal jährlich; Montag, 19.30 Uhr - 20.15 Uhr; ⁵
- nach vier Sendungen soll eine dreimonatige Pause eingelegt werden, um evtl. Änderungen an der "Konzeption" der Sendereihe vorzunehmen. ⁶

-
1. siehe hierzu: Intramediale Kritik, S. 24 ff.
 2. Manuskript des Interviews, S. 1
 3. Hans-Geert Falkenberg, S. 111
 4. Manuskript des Interviews, S. 5; sinngemäße Wiedergabe
 5. Die Aufteilung der Reihe auf verschiedene Sendezeiten scheiterte an nicht vorhandenen Sendeterminen.
 6. Eine verbindliche Konzeption gab es zu diesem Zeitpunkt noch nicht.

8.3 Exkurs:

erste Ergebnisse der Zuschauerforschung zu
"betrifft: Fernsehen" ¹

Am 14. November 1974 lagen erste Ergebnisse der begleitenden Zuschauerforschung zu "betrifft: Fernsehen" vor. Zu dieser Art von Zuschauerforschung und zur Funktion einer medienkundlichen/medienkritischen Sendereihe einige Bemerkungen aus Sicht der ZDF - Medienforschung:

"Es war Absicht der Redaktion, die 1974 neu begonnene medienanalytische (!) ² Sendereihe nicht nur für eine interessierte Minderheit, sondern zuallererst für den sogenannten Durchschnittszuschauer - und d.h. den vorwiegend unterhaltungsorientierten Fernsehkonsumenten - zu produzieren. Dabei sollten Planung, Entstehung und Fertigstellung jeder Sendefolge durch Zuschauergruppen beobachtet, kommentiert, beeinflusst und möglicherweise verändert werden. ³ Zudem hatte sich die Redaktion entschlossen, den in der Fernsehpraxis noch relativ neuen selbstkritischen (!) ⁴ Ansatz der Sendereihe im ersten Jahr weder inhaltlich noch formal vorab völlig auszuformulieren und festzuschreiben. Man wollte flexibel

-
1. Die Entwicklung der Konzeption von "betrifft: Fernsehen" soll chronologisch aufgezeigt werden; daher wird bereits an dieser Stelle auf die begleitende Zuschauerforschung hingewiesen.
siehe hierzu: Projektforschung zu "betrifft: Fernsehen", S. 81 ff.
 2. Hervorhebung des Verfassers
 3. Diese - läßt man die Voraussetzungen auf der Zuschauerseite unberücksichtigt - idealtypischen Vorstellungen von Zuschauerbeteiligung wurden nur in der ersten Sendung verwirklicht, denn "die Zuschauer blockierten ziemlich den Produktionsfluß" (ein Mitarbeiter der Redaktion Medienkunde).
 4. Hervorhebung des Verfassers

bleiben, Inhalte und adäquate Form erst langsam finden. Fehler waren nicht nur erlaubt, sie waren beinahe vorgesehen." ¹ Für die Vertreter der "integrierten Projektforschung" ² war die Reihe "betrifft: Fernsehen" zunächst ein Platz für experimentelle Sendungen. Exakte Vorstellungen über denkbare Vermittlungsformen - über denkbare Möglichkeiten der Umsetzung von "Lernzielen" - gab es nicht. Angesichts der weitgehend festgelegten Fernsehgewohnheiten des anzusprechenden Rezipientenkreises bedeutet dieser Mangel: Verunsicherung der potentiellen Adressaten.

Für eine repräsentative Zuschauerforschung fehlten die finanziellen Mittel. Man entschloß sich daher, kleine, möglichst homogene Zuschauergruppen auszuwählen, die entweder die Entstehung einer Sendung "begleiteten" oder nach deren Fertigstellung in Gruppendiskussionen dazu Stellung nahmen. "Die Zusammensetzung der Diskussionsgruppen berücksichtigt - ebenso wie die Sendezeit um 19.30 Uhr -, daß die Sendereihe vornehmlich die 'schweigende Mehrheit' unter den Zuschauern erreichen will. Die Gruppendiskussionen wurden deshalb mit Zuschauern dieser Mehrheit durchgeführt (ausgewählt nach Beruf, Einkommen, Alter), fünf mit Vertretern der Mittel- und Oberschicht. Diese Zuschauerminderheit wurde herangezogen, weil wir prüfen wollten, ob die Macher der ohnehin großen Gefahr, Sendungen speziell für den Rezeptionsstil ihresgleichen zu produzieren, entgangen oder trotz bester Absichten erlegen waren." ³

1. Hella Kellner; Einige Schlußfolgerungen aus neun Gruppendiskussionen, S. 1

2. offizielle Bezeichnung des Forschungsvorhabens

3. Hella Kellner; Einige Schlußfolgerungen aus neun Gruppendiskussionen, S. 2

Die Beteiligung einer "Zuschauerminderheit" als Kontrollgruppe wurde nach mehreren gescheiterten Versuchen aufgegeben; siehe hierzu: Projektforschung zu "betrifft: Fernsehen", S. 82

Zentrale Frage im Hinblick auf die Diskussionsergebnisse war: wurde und wie wurde die Zuschauermehrheit durch die Sendungen erreicht? Einzelne Sendungen wurden wie folgt beurteilt: ¹

- "Zuschauer beobachten das Entstehen einer Reportage"
die Sendung wurde überwiegend negativ beurteilt; Gründe: zu komplizierte, schwer verständliche Informationen haben die Sendung zu "anstrengend" gemacht, zu langweilig und verwirrend; die Zuschauergruppe in der Sendung wurde grundsätzlich akzeptiert, man hatte sie als Identifikationsmöglichkeit genutzt. ²
- "Wie man Nachrichten an den Mann bringt"
die Sendung wurde überwiegend negativ beurteilt; Gründe: sie ist zu verwirrend, zu langatmig; sie hat keine Struktur und ist an allen Zuschauergruppen "vorbeiproduziert".
- "Das Geschäft mit den schönen Träumen"
die Sendung wurde überwiegend negativ beurteilt; Gründe: die Sendung ist langweilig, zu lang; sie enthält zuviel "Palaver", sie ist bruchstückhaft und unernst.

Es ist zu überprüfen, in welchem Maße diese Beurteilungen bei der Formulierung der Konzeption von "betrifft: Fernsehen" berücksichtigt wurden.

-
1. sinngemäße Wiedergabe; zum Inhalt der Sendungen siehe: Besprechung der Beiträge, S. 86 ff.
 2. siehe hierzu: Ausblicke auf denkbare Arbeitsformen, S. 79 f.

8.4 Konzeption der Sendereihe "betrifft: Fernsehen"

Nach zehn ausgestrahlten Sendungen der Reihe "betrifft: Fernsehen" schrieb ein Kritiker hierzu: "Auch das Konzept zu dieser Sendereihe durfte als sorgfältig reflektiert und gut vorbereitet gelten." ¹ Dieses Konzept stammt aus den Jahren 1974/75; Erfahrungen aus bereits gesendeten Beiträgen (sowie Ergebnisse der Zuschauerforschung) lagen bereits vor. ²

"In der medienkundlichen (!) ³ Sendereihe des ZDF soll das Fernsehen sich selbst mit seinen Vorzügen und Schwächen, Zwängen und Möglichkeiten darstellen."

Aus diesem Anspruch ist zu entnehmen, daß es den Redakteuren nicht ausschließlich daran gelegen ist, dem Zuschauer einen Blick "hinter die Kulissen" des Fernsehens zu ermöglichen. Mit angesprochen ist Kritik des Fernsehens, die Darstellung des Mediums Fernsehen mit allen seinen Implikationen ("Transparenz").

"Das Ziel dieser Sendereihe soll der urteilsfähige Zuschauer sein. Thematisch ist für die Sendereihe alles denkbar, was diesem Ziel dienlich ist, d.h. dem Zuschauer anschauliches Wissen über handwerkliche, strukturelle und gesellschaftliche Bedingungen der Fernseharbeit vermittelt und ihm somit eine kritischere und kompetentere Haltung gegenüber dem Fernsehprogramm er-

1. Funk-Korrespondenz, Nr. 38, 17.9.75

2. Es folgt die sukzessive Wiedergabe der Konzeption. Detailliertere oder weitergehende Vorstellungen gibt es (mit einer Ausnahme) in schriftlich fixierter Form nicht.

siehe hierzu: Situation und Perspektiven, S. 48 f.

3. Hervorhebung des Verfassers

möglichst."

Etwaige Beschränkungen hinsichtlich der Themenauswahl werden negiert. An anderer Stelle wird nachgewiesen, daß zwar alle Themen "denkbar", keinesfalls aber "machbar" sind.¹

"Erreicht werden soll dieses Ziel auf folgende Weise:

1. Die Sendungen sollen Analysen und Kommentare zur gegenwärtigen Fernsehpraxis liefern, wobei handwerkliche Probleme, medienbedingte Zwänge, objektive und subjektive Einflüsse auf das Programm, Manipulationsmöglichkeiten etc. offen und eindeutig behandelt werden. Zur Thematik gehören Fragen des organisatorischen Aufbaus der Fernsehanstalten und der sie kontrollierenden Gremien, Staatsverträge und Programmrichtlinien, Fragen des Persönlichkeitsrechts, Zuschaueraktivitäten und die mit dem Fernsehen verbundene Publizistik."

Es verifiziert sich die Vermutung, daß die Redakteure von "betrifft: Fernsehen" beabsichtigen, das Medium Fernsehen transparent zu machen; derartige Bemühungen gehen weit über den Themenkreis hinaus, der durch den Begriff "Medienkunde" abgedeckt ist.

"2. Bei jeder Sendefolge sollen wechselnde Zuschauergruppen die jeweilige Konzeption zusammen mit dem Redaktionsteam beraten bzw. zu den Rohschnitten Stellung nehmen. Bei bestimmten Beiträgen sollen Zuschauer auch in den Sendung mit einbezogen werden. Ebenso werden Fachkritiker an den konzeptionellen Vorüberlegungen einzelner Sendungen teilnehmen."

Die gegenwärtig praktizierte Form der Konzeptionierung einzelner Sendungen weicht in wesentlichen Punkten von diesen Vorstellungen ab: die Zuschauer können das Entstehen einer Sendung bis hin zum Rohschnitt nicht verfolgen und haben keinerlei Einfluß hierauf; die Einwände,

1. siehe hierzu: Themenfindung, S. 75 ff.

die sie bei der Besichtigung des Rohschnittes formulieren, können im allgemeinen aus organisatorischen Gründen nicht berücksichtigt werden.¹ Qualitative Zuschauerbeteiligung in einzelnen Sendefolgen bzw. Beteiligung von Fachkritikern an konzeptionellen Vorüberlegungen gibt es nicht.

"3. Der Arbeitsgruppe (Redakteure und freie Journalisten) gehören auch Vertreter der ZDF-Medienforschung an und freie wissenschaftliche Mitarbeiter. Letztere sind für den ersten Versuch begleitender Projektforschung dieser Art im ZDF verantwortlich. Die relevanten Ergebnisse der Projektforschung sollen bei der Herstellung der künftigen Sendefolgen berücksichtigt werden."

Wie bereits erwähnt, finden die Ergebnisse der Projektforschung bei der Gestaltung einer Sendung keine unmittelbare Berücksichtigung. Die Berücksichtigung dieser Ergebnisse für spätere Beiträge setzt eine sehr kooperative Arbeitsweise der Redakteure voraus; eine stark an individuellen Interessen geprägte Arbeitsmethode würde sie weitgehend verhindern.²

"4. Die Sendungen der medienkundlichen (!)³ Reihe sollen über die Absichten der Sendereihe bzw. der einzelnen Sendefolgen ausdrücklich informieren. Außerdem sollen modellhaft Möglichkeiten der Offenlegung handwerklicher Eingriffe deutlich gemacht werden."

In den ersten drei Sendungen der Reihe "betrifft: Fernsehen" wurden Zuschauerkritiken (aus Briefzuschriften)

-
1. Termin der Rohschnittvorführung und Abnahmetermin liegen so dicht beieinander, daß für umfassendere Korrekturen keine Zeit vorhanden ist.
 2. siehe hierzu: Fragebogen I, 1.6.4, S. 36 f.
 3. Hervorhebung des Verfassers

bekanntgegeben und kommentiert, die Einschaltquote der jeweils vorhergegangenen Sendefolge genannt; ferner verwies man auf die kommende Sendung und erklärte in aller Kürze deren Absicht. - Bereits ab der vierten Folge verzichteten die Redakteure auf diesen "Service"; Grund: mangelndes Interesse beim Zuschauer.

"5. Die Konzeption der Sendereihe geht davon aus, daß die Reihe zur Hauptsendezeit, d.h. um 19.30 Uhr ausgestrahlt wird und sich damit an die Mehrheit der Zuschauer wendet." ¹

8.4.1 Situation und Perspektiven

Der Amtsantritt des neuen ZDF-Programmdirektors ² veranlaßte den Leiter der Redaktion Medienkunde zu folgenden Notizen: ³

1. "Beiträge, bei denen ein einzelner Autor im Alleingang alles macht, sind ... möglichst zu vermeiden. Dieses Arbeitsverfahren ist wegen der besonderen Schwierigkeiten der Materie und ihrer optimalen Vermittlung nicht zu empfehlen." ⁴
2. "Für die einzelnen Folgen sollen nach Möglichkeit Projektgruppen gebildet werden, die aus Medienpädagogen, Kommunikationswissenschaftlern, Fachjournalisten und Realisatoren bestehen." ⁵

1. siehe hierzu: Exkurs, S. 42

2. ab 1.3.76 Dieter Stolte

3. Ausschnitte der Vorlage zur Vorbereitung eines Gespräches mit Dieter Stolte

4. siehe hierzu: Anm. 2, S. 47

5. siehe hierzu: Die Mitarbeiter der Redaktion "betrifft: Fernsehen", S. 72 ff.

3. "Der Aufgabenbereich der medienkundlichen (!) ¹
Sendereihe sollte in dem Sinn erweitert werden, daß
diese Redaktion in Zukunft auch mit der Beobachtung
und Darstellung von Medienforschung und experimenteller
Sendeformen beauftragt wird." ²
4. "Die Redaktion ist sich darüber im Klaren, daß eine
endgültige Rezentur für die Gestaltung der Sendungen
noch nicht erarbeitet ist und daß übertragbare Grund-
muster nicht entwickelt werden können. Es wird un-
erläßlich sein, an jeweiligen Sujets orientierte,
variabele Darstellungsformen zu finden." ³

In der Kommentierung einzelner Abschnitte der Konzeption von "betrifft: Fernsehen" wurde angedeutet, daß sie in einigen wesentlichen Punkten von der Programmpraxis abweicht bzw. "überholt" wird. Die Auswertung eines Fragebogens (Fragebogen I), der jedem redaktionell tätigen Mitarbeiter der Redaktion Medienkunde vorgelegt wurde, soll dieses Phänomen klären.

1. Hervorhebung des Verfassers

2. Im Hinblick auf die Rezentionsgewohnheiten der Zielgruppe von "betrifft: Fernsehen" scheint die Präsentation experimenteller Sendeformen problematisch.
3. Zu den Möglichkeiten, übertragbare Grundmuster zu entwickeln, siehe: Ausblicke auf denkbare Arbeitsformen, S. 78 ff.

9. Fragebogen I

9.1 Funktion

Ergebnisse der Massenkommunikationsforschung beinhalten, daß Kommunikatoren die Einflüsse der internen Struktur des Massenmediums sowie die externen Faktoren, die auf sie einwirken, antizipieren. Es findet eine gedankliche Anpassung an die soziale, technische und wirtschaftliche Struktur der Institution statt, in der die Aussagen produziert werden. Durch die Antizipation interner und externer Einflußfaktoren werden die Intentionen, die ein Kommunikator bei der Programmarbeit hat, modifiziert.¹ Demgemäß soll der Fragebogen I Aufschluß über die Auswirkungen der hausinternen Hierarchie des ZDF, die Bedingungen zur redaktionellen Arbeit und schließlich die eigene Einschätzung der Macher auf die Inhalte medienkundlicher/medienkritischer Sendungen geben.

9.2 Struktur

Neben den soziologischen Daten umfaßte der Fragebogen I 20 standardisierte Fragen;² 15 dieser Fragen waren offen, d.h. es wurden keine Antwortkategorien vorgegeben, um die Interviewpartner nicht zu prädisponieren.³ Auf eine spätere Kategorisierung und Systematisierung der Antworten

1. vergl. hierzu: Hansjörg Bessler, Frank Bledijan, S. 36 ff.

2. Zu den Nachteilen der nicht-standardisierten Interviews vergl.: Elenor/Nathan Maccoby, S. 38 ff.

3. ebd., S. 40 ff.

auf die offenen Fragen konnte weitgehend verzichtet werden; die geringe Größe des Samples ließ eine quantifizierende Auswertung nur in eingeschränkter Form zu.¹ - Der Fragebogen umfaßte die Komplexe:

1. Daten zur Person
2. Einschätzung der eigenen Person als Fernsehmitarbeiter
3. Arbeitsbedingungen der Redaktion
4. Redaktionsarbeit.

9.3 Methode

Die Anfertigung des Fragebogens² erfolgte unter Berücksichtigung heute vorliegender Erkenntnisse der praktischen Sozialforschung, die u.a. eine gewisse Elastizität des standardisierten Interviews für den Fall zulassen, daß der Interviewer mit dem Autor des Fragebogens identisch ist.³ Die Befragung sollte Gesprächscharakter bekommen, der Interviewer Gelegenheit haben, evtl. erklärende Angaben zu machen.

Die Interviews dauerten 1 1/2 - 2 Std. und wurden in einem Büro der Redaktion Medienkunde durchgeführt; Dritte waren nicht anwesend. Den Informanten wurde der Fragebogen zur Orientierung vorgelegt; die Eintragungen machte der Interviewer in einen Bogen gleicher Gestaltung. Während oder nach Abschluß der Befragung ergaben sich oftmals längere Gespräche, in denen der Verfasser auf

-
1. Soweit dennoch derart verfahren wird, soll es in erster Linie der Überschaubarkeit dienen.
 2. siehe hierzu: Anlage 1, S. 140 ff.
 3. vergl. hierzu: Rene König, Das Interview; Erwin Scheuch, S. 138 ff.

Inside-Informationen aufmerksam gemacht wurde. ¹

9.4 Das Sample der Befragten

Sieht man die Entstehung einer Sendung als einen Prozeß an, dann sind auch diejenigen als Kommunikatoren anzusehen, die nur Kontroll- oder Selektionsfunktionen ausüben und diejenigen, die nicht redaktionell tätig sind wie Kameraleute, Cutter, Tontechniker etc.; ² aus organisatorischen Gründen beschränkte sich die Befragung auf die redaktionell tätigen Mitarbeiter der Redaktion Medienkunde. ³ - Das Sample umfaßt 5 Personen; die Interviews wurden zwischen dem 1. Februar und 31. März 1976 durchgeführt. ⁴

-
1. Diese Informationen waren für die Bearbeitung der Kapitel "Die Mitarbeiter der Redaktion 'betrifft: Fernsehen'" und "Themenfindung" von Wichtigkeit.
 2. vergl. hierzu: Hansjörg Bessler, Frank Bledijan, S. 38; Gerhard Maletzke, S. 44
 3. Darüber hinaus wurde der Intendant des ZDF, Prof. Holzamer, in einem halbstündigen Interview befragt, welches auf Tonband aufgezeichnet wurde. Der Fragenkatalog, der zuvor bei seinem Referenten eingereicht werden mußte, wich vom Fragebogen I ab. Ergebnisse dieses Interviews fließen - soweit sie relevant sind - in die Analyse ein.
 4. Ein Pretest wurde nicht durchgeführt; während des ersten Interviews wurden von dem Befragten zwei Modifikationen empfohlen, die berücksichtigt wurden. An entsprechender Stelle wird auf sie hingewiesen.

9.5 Auswertung des Fragebogens I

1. Zur Person - (Basis:5) ¹

1.1 Alter

	abs.
20 - 30 Jahre	1
31 - 40 Jahre	2
41 - 50 Jahre	2
51 - 65 Jahre	/

Die Gewichtung auf die Altersgruppen 31 - 40 Jahre und 41 - 50 Jahre entspricht etwa dem Durchschnittsalter aller beim ZDF tätigen Mitarbeiter, das der Intendant mit 38 1/2 Jahren angab. ² Drei der befragten Personen waren männlichen, zwei weiblichen Geschlechts. ³

1.2 Konfession

Bis auf einen Informanten (evangelisch) waren alle Interviewpartner konfessionslos. ⁴

1.3 Beruf des Vaters/der Mutter

Als Beruf des Vaters wurde angegeben: Zollinspektor, Schriftsetzer, Regierungsdirektor, Museumsdirektor, kaufm. Angestellter; Beruf der Mutter: in vier Fällen Hausfrau, in einem Fall Architektin.

1. Die Daten zur Person wurden erhoben, um sie - soweit möglich - mit den entsprechenden Daten potentieller Rezipienten der Sendereihe vergleichen zu können; siehe hierzu: Wertung der Ergebnisse, S. 114 f.

2. gültig Mitte 1975

3. vergl. hierzu: ZDF - Jahrbuch 1974, S. 115 ff.

4. siehe hierzu: 1.7, S. 57

1.4 Ausbildungsweg (Mehrfachnennung)

abs.

Volksschule	5
Realschule	1
Gymnasium	4

Fachhochschule	1
----------------	---

Hochschule	3
------------	---

Von den vier Befragten, die das Gymnasium besuchten, haben drei dort einen Abschluß (Abitur) gemacht. Zwei der Hochschulbesucher haben mit einem Diplom abgeschlossen, der dritte Informant arbeitete zum Zeitpunkt der Befragung an seiner Dissertation.

1.5 Berufsweg

Verbindliche Ausbildungs- und Qualifikationskriterien für die Arbeit beim Fernsehen existieren nicht. Da es ebenfalls kein vorgeschriebenes Ausschreibungsverfahren für vakante Stellen gibt, interessierten die Antworten auf die Frage: "Wie zum Fernsehen gekommen?" - Zwei der Informanten kamen auf persönliche Bewerbung, zwei auf Aufforderung zum Fernsehen; der fünfte Informant erreichte dieses Ziel über persönliche Kontakte. - Die Abteilungen/Redaktionen, in denen die Befragten erstmals für das ZDF tätig waren, sind: Theater und Musik, Medienforschung, Dokumentarfilm, Filmforum/Medienkunde, Kirche und Leben.

Die Redaktion Medienkunde wurde 1973 gegründet; seither arbeiten drei Informanten für diese Redaktion; ¹ 1974 kam ein weiterer Mitarbeiter hinzu. ² Eine der

-
1. Einer der drei Informanten hat "Beraterfunktion" und ist vorwiegend für die ZDF-Medienforschung tätig.
 2. Der Befragte war zum damaligen Zeitpunkt als freier Mitarbeiter nicht kontinuierlich für die Redaktion Medienkunde tätig.

befragten Personen arbeitet seit 1973 sporadisch für die Redaktionen Filmforum/Medienkunde. ¹

1.6 Arbeitsverhältnis

	abs.
freier Mitarbeiter	1
Angestellter	4

Die Zahl der freien Mitarbeiter unterliegt großen Schwankungen. So waren zu Beginn der Arbeiten an "betrifft: Fernsehen" vier freie Mitarbeiter beschäftigt. Zu einer Reduzierung dieser Zahl kam es, da eine sinnvolle Zusammenarbeit mit einzelnen Mitarbeitern nicht möglich war ² und durch eine Verfügung des Intendanten, keine freien Mitarbeiter mehr zu engagieren. ³ - Einer der festangestellten Mitarbeiter ist laut Arbeitsvertrag zur Mitarbeit an "betrifft: Fernsehen" nur dann verpflichtet, wenn dies aus arbeitstechnischen Gründen (Produktionsdruck) notwendig ist; ansonsten ist dessen Mitarbeit in der Redaktion "freiwillig" und nur von persönlichen Interessen bestimmt. Hieraus ergibt sich für den Untersuchungszeitraum folgende Situation:

- zwei Redakteure arbeiten kontinuierlich in der Redaktion Medienkunde (festangestellt);
- ein Informant hat "Beraterfunktion" und ist nicht direkt an der Produktion von Sendungen beteiligt (festangestellt);

-
1. Es handelt sich um Co-Produktionen, zu denen beide Redaktionen Finanzmittel und Sendezeit bereitstellen.
 2. Nach übereinstimmender Meinung der jetzigen Mitarbeiter gab es Differenzen hinsichtlich der Arbeitsorganisation innerhalb der Redaktion.
 3. siehe hierzu: die Mitarbeiter der Redaktion "betrifft: Fernsehen", S. 72 ff.

- ein Mitarbeiter ist nur unter besonderen Voraussetzungen für "betrifft: Fernsehen" tätig (festangestellt);
- der ausgewiesene freie Mitarbeiter arbeitet sporadisch für die Redaktion Medienkunde. ¹

1.6.4 An wie vielen Sendungen der Reihe "betrifft: Fernsehen" waren Sie beteiligt?
 (Auf Rat eines Mitarbeiters der Redaktion wurde diese Frage geteilt in:

1.6.4.1 Beteiligung als Autor

1.6.4.2 Beteiligung als Mitarbeiter)

1.6.4.1 Beteiligung als Autor

abs.

keine Sendung	1
1 Sendung	1
3 Sendungen	1
4 Sendungen	1
5 Sendungen	1

1.6.4.2 Beteiligung als Mitarbeiter

abs.

keine Sendung	1
1 Sendung	2
alle Sendungen	2

Aus den Angaben geht hervor, daß die Macher dahin tendieren, individualistisch zu arbeiten. Für die Inhalte

1. siehe hierzu: Anm. 1, S. 55;

Es muß darauf hingewiesen werden, daß der genannte freie Mitarbeiter gewisse Sonderrechte genießt, auf die aber nicht näher eingegangen werden kann.

einzelner Sendungen bedeutet dies, daß sie vorwiegend an individuellen Interessen orientiert sind, nicht aber an längerfristigen Planungen. ¹

1.7 Mitglied einer Partei

Keiner der befragten Mitarbeiter gehört einer Partei an. ² Diese "freischwebende" Haltung, die oftmals als für einen Journalisten notwendig bezeichnet wird, der seine publizistische Funktion kritisch ausüben will, ist symptomatisch für die Reaktion vieler Redakteure im Bereich Rundfunk und Fernsehen auf den Vorwurf von Kritikern, die nicht an öffentlich-rechtliche Institutionen gebunden sind, man sei Handlanger der Parteizentralen, Opfer eines nach parteipolitischen Kalkülen konstruierten Ausgewogenheitsgebotes. Für die Mitarbeiter einer medienkundlichen/medienkritischen Sendereihe gewinnt der Verzicht auf Partei- und (in weniger relevantem Maße) Konfessionzugehörigkeit weitergehende Bedeutung: er erleichtert redaktions-"politisches" Taktieren. ³

1.8 Mitglied in einer Gewerkschaft/einem Berufsverband

Bis auf einen Informanten gehören alle Mitglieder der Redaktion einer Gewerkschaft/einem Berufsverband an. ⁴

1. siehe hierzu: Situation und Perspektiven, S. 48

2. Präferenzen für bestimmte politische Parteien ließen sich nicht eindeutig nachweisen.

3. siehe hierzu: die Mitarbeiter der Redaktion "betrifft: Fernsehen", S. 72 ff.
Themenfindung, S. 75 ff.

4. Vier Informanten sind in der Rundfunk-Film und Fernsehunion (DGB) organisiert, einer zusätzlich im Deutschen Journalistenverband. Obwohl alle Informanten die Organisation für wichtig halten (Frage 1.9), ist ein Mitarbeiter nicht organisiert; eine schlüssige Antwort auf dieses Phänomen konnte nicht gefunden werden.

Die politischen Parteien "nehmen einen Anteil an den Stellenbesetzungen, der der Buntheit unserer Gesellschaft Hohn spricht".¹ Die Organisation in einer Gewerkschaft bzw. in einem Berufsverband ist als Versuch zu werten, dem Proportionsdenken in Rundfunk- und Fernsehanstalten Einhalt zu gebieten. Angesichts der beobachtbaren Tendenz, Positionen erstrangig nach Parteimeinungen und zweit-rangig nach Qualifikationen zu besetzen, scheint sie notwendig.²

2. Einschätzung der eigenen Person als Fernseh-mitarbeiter - (Basis: 5)

2.1 Welchen Thesen würden Sie zustimmen?

(Mehrfachnennung)

abs.

These 2.1.1	2
These 2.1.2	2
These 2.1.3	4

- These 2.1.1: "Es ist die Aufgabe eines Fernsehjourna-listen, Inhalte wertfrei zu übermitteln"; die Zustimmungen zu dieser These sind nur in Verbindung mit der These 2.1.3 ("Ich bringe meine persönliche Position in meiner Arbeit zum Ausdruck") abgegeben worden.³
- These 2.1.2: "Wertfreiheit gibt es nicht. Dennoch muß der Inhalt der einzelnen Sendung so erscheinen, weil

1. Otto Wilfert, S. 182

2. vergl. hierzu: Otto Wilfert; Innere Pressefreiheit in Funk und Fernsehen, S. 163 ff. ; Rüdiger Hoffmann, S. 157 f.

3. Zu dem Begriff "Wertfreiheit" siehe: 2.2, S. 59 f.

dies erwartet wird"; die Umschreibung "weil dies erwartet wird" meint "erwartet" aus der Sicht der Programmverantwortlichen.¹ Dieser These wurde einmal ohne Vorbehalt zugestimmt, ein anderes Mal nur bei Streichung des zweiten Halbsatzes ("weil dies erwartet wird").

- These 2.1.3: "Ich bringe meine persönliche Position in meiner Arbeit zum Ausdruck"; mit "persönliche Position" ist nicht zuletzt die politische Position gemeint. In einem Fall wurde diese These nur in Verbindung mit These 2.1.1 bejaht; die anderen Zustimmungen wurden ohne Einschränkung gemacht.²

2.2 Bewerten Sie die folgenden Begriffe mit Zahlen der Werteskala 1 - 10.³

	abs. (hoch)	abs. (mittel)	abs. (tief)
Ausgewogenheit	/	1	3
Objektivität	2	/	1
Wertfreiheit	/	/	3
Verständlichkeit	5	/	/
Unterhaltsamkeit	3	1	1

Nicht alle Informanten sahen sich in der Lage, die Begriffe "Ausgewogenheit", "Objektivität" und "Wertfreiheit" zu kategorisieren. So bezeichnete ein Mitarbeiter

1. siehe hierzu: Anm. 4, S. 28

2. Die Besprechung einzelner Sendungen wird zeigen, daß in der Programmpraxis weitgehend politische Abstinenz geübt wird.

siehe hierzu: Besprechung der Beiträge, S. 86 ff.

3. zur Auswertung wurde folgende Gewichtung vorgenommen:

1 - 3 = tiefe Bewertung

4 - 7 = mittlere Bewertung

8 - 10 = hohe Bewertung

der Redaktion diese Ausdrücke als "Unbegriffe", als "leere Hülisen"; dennoch wird mit ihnen - wenn auch unter größtem Vorbehalt - bei redaktions-"politischen" Entscheidungen gearbeitet.¹

Das Bemühen um Verständlichkeit und Unterhaltsamkeit dominiert. Auf die Frage, ob einzelne Sendungen diesen Ansprüchen Genüge tun, versucht die Befragung potentieller Rezipienten eine Antwort zu geben.²

2.3 Glauben Sie als FS-Mitarbeiter an einer medienkundlichen Sendereihe Einfluß auf das Rezeptionsverhalten der Zuschauer zu haben?³

Aus den Antworten auf diese Frage geht eine sehr distanzierte Beurteilung der Macher bezüglich der Wirkung ihrer Sendungen auf den Zuschauer hervor. Man ist sich einig in der Feststellung, daß eine Beeinflussung des Rezeptionsverhaltens - wenn überhaupt - nur langfristig möglich ist.

1. siehe hierzu: Themenfindung, S. 75 ff.

2. siehe hierzu: Fragebogen II, S. 104 ff.

3. "Den" Zuschauer gibt es nicht; die Frage kann sich also nur auf Zuschauer beziehen, die der Zielgruppe der Sendereihe zuzurechnen sind. Auch hier kann allerdings nicht generalisiert werden, da viele Rezeptionsweisen denkbar sind (vergl. hierzu: Will Teichert; Was machen die Menschen mit den Medien?). "Einfluß auf das Rezeptionsverhalten" kann hier nur interpretiert werden als irgendeine erkennbare (meßbare) Änderung des Fernsehverhaltens aufgrund medienkundlicher/medienkritischer Sendungen.

2.4 Welche Bedeutung hat für Sie die Arbeit mit theoretischer Lektüre bei der Vorbereitung einer Sendung der Reihe "betrifft: Fernsehen"? ¹

Fernsehmitarbeiter haben es vor allem mit Vermittlungsproblemen zu tun; um sie in befriedigendem Maße lösen zu können, sind zwei Voraussetzungen notwendig:

- fundierte Kenntnis denkbarer Rezeptions- und Wirkungsweisen,
- systematische "Aufbereitung" jeweiliger Sendungsinhalte.

Dennoch halten nur drei Mitarbeiter der Redaktion Medienkunde die Beschäftigung mit theoretischer Lektüre für wesentlich und unumgänglich; zwei Informanten sind der Ansicht, theoretisches Wissen sei weniger wichtig und zudem "für die Praxis oft wenig brauchbar". ²

3. Zu den Arbeitsbedingungen der Redaktion Medienkunde (Basis: 5)

3.1 Halten Sie die Organisationsform der Hauptredaktion Kultur (Medienkunde!) für günstig? ³

Die Redaktion Medienkunde ist als Teil der Hauptredaktion Kultur in das hierarchische Gefüge des ZDF eingegliedert. Für die Programmarbeit kann dies nicht ohne

1. Die Ergebnisse aus 2.5 sind hier bereits berücksichtigt. Zur Gewichtung der Angaben siehe: Anm. 3, S. 59

2. vergl. hierzu: Gert Ellinghaus, S. 128 f.

3. siehe hierzu: Anlage 2, S. 145

Konsequenzen bleiben. - Ein Informant hält die Organisationsform für uneingeschränkt günstig, ein anderer formulierte den Zusatz: "Es gibt keinen Grund, die Redaktion aus der Hierarchiekette herauszunehmen; das heißt aber nicht, daß Hierarchie gut ist." - Die in zwei Fällen erfolgte Ablehnung der Organisationsform wurde begründet mit: "Je weniger Hürden, desto besser" ¹ und "Abhängigkeit von Vorgesetzten". Als Alternativmodell wurde genannt: eine Redaktion "außerhalb" des ZDF; gemeint ist eine Redaktion, die sich den technischen Apparat des ZDF zunutze machen könnte, jedoch nicht den Entscheidungsengpässen (bspw. Abnahme von Sendungen) ausgeliefert wäre. Diese Alternativ-Vorstellung wurde aber ausdrücklich als "Sandkastenmodell" bezeichnet, d.h. für eine Realisierung bestehen keine berechtigten Hoffnungen.

Einer der befragten Mitarbeiter äußerte sich nicht zu dieser Frage.

3.2 Ist Ihrer Meinung nach die Redaktion Medienkunde im ZDF in ihren Entscheidungen weitgehend unabhängig? ²

Einstimmig wurde mitgeteilt, daß eine Unabhängigkeit von den Programmverantwortlichen ³ nicht gegeben ist. ⁴

-
1. Diese Bemerkung zielt auf die Schwierigkeiten, (anstalts-) politische Themen zu realisieren. siehe hierzu: Themenfindung, S. 75 ff.
 2. Zusammenfassung von 3.2, 3.2.1 (Abhängigkeit von der Programmdirektion), 3.2.2 (Abhängigkeit von der Intendanz), 3.2.3 (Abhängigkeit von den Aufsichtsgremien)
 3. siehe hierzu: Anm. 4, S. 28
 4. Bezogen auf die Frage 3.2.3 sind die Antworten als Mutmaßungen zu verstehen, da die Redaktion noch keinen direkten Kontakt zu den Aufsichtsgremien hatte.

Bereits bei der Auswahl möglicher Themen für Sendungen der Reihe "betrifft: Fernsehen" sind die Mitarbeiter der Redaktion zu Zugeständnissen gezwungen. ¹

3.3 Bestehen bezüglich der Richtlinien, unter denen Sie arbeiten, Differenzen zwischen Ihrem Selbstverständnis und dem, was das ZDF von Ihnen erwartet? ²

Außer pauschaler Zustimmung bzw. Ablehnung (zwei Informanten antworteten mit "ja", drei mit "nein") wurden zu dieser Frage keine weitergehenden Informationen gegeben.

3.4 Gibt es Ihrer Meinung nach bezüglich der Themenauswahl für "betrifft: Fernsehen" Tabus?

Vier der befragten Mitarbeiter bejahten diese Frage. Tabuisiert sind demnach Themen, die Fälle von Zensur innerhalb der Anstalt aufgreifen, die die Organisationsstruktur des Hauses "durchleuchten" und schließlich Themen, die direkt politische Fragestellungen implizieren. ³

Aus Sicht eines Informanten gibt es keine prinzipiellen Tabus, sondern Beschränkungen hinsichtlich der Intensität von Kritik. Haupt-Tabu sei daneben die "heimliche Selbstzensur", d.h. die Antizipation von Reglementierungen. ⁴

1. siehe hierzu: Themenfindung, S. 75 ff.

2. Mit Richtlinien sind gemeint: Staatsvertrag, Dienst-anweisungen, Programmrichtlinien.

3. siehe hierzu: Themenfindung, S. 75 ff.

"Das Geschäft mit den schönen Träumen", S. 90 ff.

4. siehe hierzu: Besprechung der Beiträge, S. 86 ff.

3.5 Gibt es Ihrer Meinung nach bezüglich der Themenauswahl Pressionen?

(Auf Rat eines Mitarbeiters der Redaktion wurde diese Frage geteilt in:

3.5.1 interne Zwänge

3.5.2 externe Zwänge)

3.5.1 interne Zwänge

abs.

ja 4

nein 1

3.5.2 externe Zwänge

abs.

ja 3

nein 2

Unter "internen Zwängen" sind zu verstehen:

- Kollegenblockade, d.h. die Weigerung zur Zusammenarbeit (bspw. derjenigen, deren Arbeit in einer Sendung angesprochen werden soll),
- antizipierte Einsprüche und Reglementierungen von Programmverantwortlichen. ¹

Vergleicht man die Antworten zu 3.2 und 3.5.1 mit denen zu 3.3, so kann man vermuten, daß die Redakteure weniger mit den Programmrichtlinien etc. kollidieren, als vielmehr mit denjenigen, die sie "interpretieren".

Unter "externen Zwängen" sind zu verstehen:

- Druck von Auftragsproduzenten,
- Einflußnahme von "Betroffenen" auf die Gestaltung bzw.

1. siehe hierzu: Anm. 4, S. 28

den Inhalt einer Sendung. ¹

4. Zur Redaktionsarbeit - (Basis: 5)

4.1 Wer trifft die Entscheidung, ob ein bestimmtes Thema gewählt wird? ²

Nach Auskunft aller Informanten wird die Entscheidung über Annahme oder Ablehnung eines Themas innerhalb einer Redaktionskonferenz getroffen. Feststehende Entscheidungskriterien gibt es allerdings nicht (bspw. eine längerfristige Planung, der einzelne Themen untergeordnet würden). So verstärkt sich der Eindruck, daß die Themen vorwiegend nach individuellen Interessen einzelner Mitarbeiter ausgewählt werden. ³

4.2 Nach welchen Kriterien wird Ihrer Meinung nach die Programmplanung in der Redaktion Medienkunde gehandhabt?

(Mehrfachnennung)

abs.

nach dem Prinzip	3
"taktische Mischung"	
nach den Wirkungs-	4
möglichkeiten beim	
Rezipienten	
nach dem Gesetz der	1
Reihe	

1. siehe hierzu: "Schöner Fernsehen", S. 95 f.

2. Die Frage zielt auf die Themenfindung innerhalb der Redaktion; nicht gemeint sind Entscheidungen, die außerhalb der Redaktion fallen und die letztlich endgültig Annahme oder Ablehnung eines Themas beinhalten.

3. siehe hierzu: 1.6, S. 55 ff.

Die Programmplanung erfolgt hauptsächlich - so die Angaben der befragten Redakteure - nach den Kriterien "taktische Mischung" ¹ und "Wirkungsmöglichkeit". Die Antworten auf vorhergegangene Fragen machten dagegen deutlich, daß es eine längerfristige Planung ² nicht gibt. Somit ist das Planungskriterium "Wirkungsmöglichkeit" eher eine Fiktion.

Die Angabe "taktische Mischung" deutet darauf hin, daß es innerhalb der Redaktion Vorstellungen von "Medienkunde" und "Medienkritik" gibt, die denen der Programmverantwortlichen ³ zuwider laufen. ⁴

Mit "Gesetz der Reihe" ist gemeint: eine Programmplanung nach festgelegten Kriterien gibt es nicht; vorrangig werden aktuelle Individualinteressen berücksichtigt.

4.3 Halten Sie die Sendereihe "betrifft: Fernsehen" für medienkritisch?

Der überwiegende Teil der Befragten vertritt die Meinung, die Sendereihe sei "zum Teil" medienkritisch (4 Informanten) und gibt Erklärungen wie: "Man artikuliert diffuses Unbehagen." Für einen Mitarbeiter bedeutet "medienkritisch", daß außer Sendeformen und Sendeinhalten auch Programm- und Personalentscheidungen transparent gemacht werden; da die Sendereihe dies nicht leistet, ⁵ antwortete er mit "nein".

1. "Taktik" gegenüber den Entscheidungsinstanzen

2. Eine längerfristige Planung ist notwendige Voraussetzung für eine "Optimierung" der Wirkungsmöglichkeiten.

3. siehe hierzu: Anm. 4, S. 28

4. siehe hierzu: Konzeption der Sendereihe "betrifft: Fernsehen", S. 45 ff.

5. siehe hierzu: Besprechung der Beiträge, S. 86 ff.

4.4 Halten Sie die genannte Sendereihe für eine PR-Veranstaltung? ¹

Vier der befragten Mitarbeiter wehren sich gegen den "Vorwurf", PR-Sendungen zu machen: "Wenn 'betrifft: Fernsehen' eine PR-Veranstaltung wäre, dann hätten wir schon mehr Lob von den Vorgesetzten bekommen müssen." ²

Für einen Redakteur ist die Frage teilweise zu bejahen: "Aus der Sicht des Hauses ist 'betrifft: Fernsehen' sicher auch eine PR-Veranstaltung; aus der Sicht der Redaktion aber ist dies eigentlich nicht beabsichtigt."

4.5 Welche Änderungsvorschläge an der Konzeption der Sendereihe "betrifft: Fernsehen" hätten Sie zu machen?

Zwei Informanten haben keine Änderungsvorschläge zu machen; drei Mitarbeiter der Redaktion fordern: ³

- exaktere Definierung von Lernzielen einzelner Beiträge,
- Bündelung von Themen, Bündelung von Sendeterminen,
- interne Aufarbeitung didaktischer Vermittlungsformen,
- systematische Theoriebildung innerhalb der Redaktion,
- wissenschaftliche Begleitung der Redaktionsarbeit.

-
1. PR für das ZDF im Allgemeinen und für einzelne Sendungen
 2. Die Sendereihe "betrifft: Fernsehen" ist nur "zum Teil" medienkritisch (4.3), aber keine PR-Veranstaltung (4.4). Zur Frage, welche Etikettierung zutreffend wäre, siehe : Zusammenfassung, S. 71 f.
 3. Auflistung aller genannten Änderungsvorschläge; siehe hierzu: Ausblick auf denkbare Arbeitsformen, S. 78 ff.

4.6 Wen, glauben Sie, will die Sendereihe erreichen?

	(Mehrfachnennung)
	abs.
Medienkundler/Journalisten	1
Lehrer	2
am Fernsehen Interessierte	2
Zufallspublikum, d.h. Zuschauer, die keine besondere Programm- auswahl treffen	4
Zuschauer, die unterhalten werden wollen	2
Zuschauer, die Informationen erwarten	3

Man kann sicherlich davon ausgehen, daß die Gruppen "Zufallspublikum" und "Zuschauer, die unterhalten werden wollen", weitgehend identisch sind. ¹ Hieraus ergibt sich: als primäre Zielgruppe der Sendereihe "betrifft: Fernsehen" wird die Gruppe derer angesehen, die zufällig mit Sendungen dieser Reihe konfrontiert wird - unter Berücksichtigung ihrer Erwartungshaltung, nämlich dem Wunsch, unterhalten zu werden. ²

4.7 Glauben Sie, daß die Redaktion Medienkunde des ZDF gegenüber anderen medienkundlichen Redaktionen, zum Beispiel der "Glashaus"-Redaktion des WDR unter Zugzwang arbeitet? ³

-
1. siehe hierzu: das Programminteresse der Fernsehzuschauer, S. 19 ff.
 2. siehe auch: Zusammenfassung, S. 71 f.
 3. Diese Fragestellung erklärt sich aus der anfänglich geplanten Gegenüberstellung von "betrifft: Fernsehen" und "Glashaus".

Diese Frage wurde von vier Mitarbeitern verneint. Als Begründungen wurden angegeben: "Einen Zugzwang kann es schon deshalb nicht geben, weil 'Glashaus' zu einer ganz anderen Sendezeit (ca. 22.40 Uhr) sendet und ein völlig anderes Zielpublikum hat. Es ist sogar denkbar, daß beide Redaktionen dasselbe Thema aufgreifen." Und: "Einen Zugzwang gibt es nicht; die Themen werden sogar miteinander abgestimmt." ¹

4.8 Glauben Sie, daß es Absprachen bezüglich zu behandelnder Themen mit anderen Redaktionen des ZDF/mit anderen Sendern gibt? ²

Nach Ansicht von vier Mitarbeitern gibt es Absprachen mit anderen Redaktionen des ZDF, die rein pragmatischer Natur sind und sich aus dem Produktionsablauf ergeben. ³ Absprachen mit anderen Sendern gibt es nicht.

4.9 An welcher Position orientieren Sie sich in Zweifelsfällen?

Die Antworten auf diese Frage lassen sich zusammenfassen in:

- Orientierung in personalen Angelegenheiten an übergeordneten Personen/Institutionen,
- Orientierung in formalen Zweifelsfällen an nebengeordneten Personen/Institutionen.

1. Diese Antwort konnte nicht verifiziert werden.

2. siehe hierzu: Anm. 3, S. 68

3. Nach Meinung eines Mitarbeiters gibt es generell keine Absprachen.

4.10 Woher beziehen Sie hauptsächlich Ideen für die Themen, die Sie vorschlagen?

(Mehrfachnennung)

abs.

Zeitung/Zeitschrift	/
andere Medien	/
Informationsdienste	/
aus dem eigenen Haus/den	4
Umständen der eigenen Tätigkeit	
sonstige Quellen	3

Unter "sonstige Quellen" ist zusammengefaßt:

- Ideen aus der Auseinandersetzung mit politisch-ökonomischen Fragen der Gesellschaft,
- Ideen aus Gesprächen mit Freunden und Bekannten
- eine Rückführung auf einzelne Quellen ist nicht möglich; durch ein Ereignis treten bereits latent vorhandene Ideen in den Vordergrund,
- Ideen aus dem persönlichen Interesse heraus.

Informationsquellen sind wichtige Faktoren für die Themenauswahl. Würde schriftliches Informationsmaterial die Arbeit bestimmen, so könnte man auf eine Art "Medienzirkel" schließen, der eine gewisse Eigendynamik entwickelt.

Die Mitarbeiter der Redaktion Medienkunde orientieren sich bezüglich der Themenauswahl weitgehend an der Programmpraxis, wobei diese allerdings nur sehr eingeschränkt aufgearbeitet wird.¹

1. siehe hierzu: 3.4, S. 63

9.6 Zusammenfassung

In der Besprechung der Konzeption von "betrifft: Fernsehen" wurde es bereits angedeutet: die Programmpraxis weicht in wesentlichen Punkten von den dort formulierten Vorstellungen ab. Die Auswertung des Fragebogens I deckt zwei Gründe hierfür auf:

- die Haltung der Programmverantwortlichen ¹ der Sendereihe gegenüber,
- die methodisch unbestimmte und unzulängliche Arbeitsweise der für die Sendereihe verantwortlichen Redakteure.

Der Staatsvertrag des ZDF und die ihn begleitenden Programmrichtlinien ² scheinen eine große redaktionelle Unabhängigkeit zu garantieren. Die Beobachtung der Programmpraxis aber zeigt, daß Bemühungen, das "eigene" Medium transparent zu machen, auf eine eher ablehnende Haltung der Programmverantwortlichen ³ stoßen. ⁴ "Medienkunde" scheint realisierbar, nicht aber "Medienkritik".

Mängel, die sich unter dem Begriff "Arbeitsmethode" subsumieren lassen, sind:

- das Fehlen einer längerfristigen Planung;
- die Neigung der Redakteure, individualistisch zu arbeiten;
- das Defizit an Arbeit mit theoretischer Lektüre.

"Zufallsseher" ist ein Charakteristikum potentieller Rezipienten der medienkundlichen/medienkritischen Sendereihe.

1. siehe hierzu: Anm. 4, S. 28

2. siehe hierzu: Selbstverständnis des Zweiten Deutschen Fernsehens, S. 15

3. siehe hierzu: Anm. 4, S. 28

4. weiterführend hierzu: Die Mitarbeiter der Redaktion "betrifft: Fernsehen", S. 72 ff.
Themenfindung, S. 75 ff.

reihe. "Betrifft: Fernsehen" hat angesichts einer fehlenden fundierten und längerfristigen Planung wenig Chancen, sich in den Köpfen dieser Zuschauergruppe als Sendereihe zu etablieren.¹ Jeder einzelne Beitrag hat notwendigerweise "Ereignischarakter", dem Zuschauer wird die Möglichkeit genommen, Verbindungen zu vorhergegangenen Sendungen herzustellen. Für die Hoffnungen, das Rezeptionsverhalten der Fernsehzuschauer zu beeinflussen, bleibt kein Raum.²

0. Die Mitarbeiter der Redaktion "betrifft: Fernsehen"

Wie bereits an anderer Stelle erwähnt, ist die Zahl der freien Mitarbeiter großen Schwankungen unterworfen. Der Absicht des Redaktionsleiters, freie Mitarbeiter in größerer Zahl zu engagieren, stehen Schwierigkeiten entgegen, auf die näher eingegangen werden soll.

Eine der ersten Sendungen der Reihe "betrifft: Fernsehen"³ fiel den Programmverantwortlichen⁴ durch ihre gesellschaftspolitischen Implikationen auf. Der Autor dieses Beitrages legte sein Verständnis der Funktion von Schlager-Unterhaltung offen; für ihn haben Schlager Ablenkungsfunktion, sie dienen als Gegengewicht zu den Unlustgefühlen, die am Arbeitsplatz aufgestaut wurden.

1. siehe hierzu: Fragebogen II, S. 3.4, S. 112

2. siehe hierzu: Konzeption der Sendereihe "betrifft: Fernsehen", S. 45

3. siehe hierzu: "Das Geschäft mit den schönen Träumen", Textbeilage 3, S. 247 ff.

4. siehe hierzu: Anm. 4, S. 28

Das Aufzeigen von Praktiken in der Schlagerindustrie sollte diese Auslegung stützen.

Auf diese Sendung, deren Abnahme bereits mit Komplikationen verbunden war,¹ reagierte der damalige Hauptabteilungsleiter Kultur mit der Weisung, den Autor dieses Beitrages künftig nicht mehr zu beschäftigen: "Hiermit bestätige ich Ihnen meine bereits mündlich erteilte Weisung, Herrn Sven Severin in dieser Sendereihe als Autor oder Produzent nicht mehr zu beschäftigen."² Der Redaktionsleiter beantwortete diese Anordnung, indem er mitteilte: "Ich möchte Ihnen meine große Besorgnis darüber nicht verschweigen, daß hier ein außerordentlich fähiger Mitarbeiter wegen seiner politisch unbequemen Haltung benachteiligt werden soll, was das Grundgesetz ausdrücklich verbietet."³ Und: "Ich sehe darin nicht nur eine unzulässige Benachteiligung unserer Redaktion, sondern eine Einengung der Arbeitsmöglichkeit."⁴ - In den so entstandenen Zwist schaltete sich mit einem Brief vom September 1975 der Intendant des ZDF ein. "Obwohl Sie sich im Interesse der Qualität unserer medienkundlichen Sendungen dafür einsetzen, weiterhin freie Mitarbeiter in regelmäßiger Häufigkeit heranzuziehen, muß ich diese Bitte mit der gleichen Entschiedenheit zurückweisen wie Herr Dr. Brobeil (ehemaliger Hauptabteilungsleiter Kultur, Anm. d. Verf.). Es können allenfalls freie Mit-

1. siehe hierzu: "Das Geschäft mit den schönen Träumen", S. 90 ff.

2. Brobeil an Greulich; Mainz, 18.7.74

3. Greulich an Brobeil; Mainz, 2.8.74

4. ebd.; das zweite Zitat bezieht sich auf die ebenfalls erteilte Auflage, Beiträge schon 8 Wochen vor Sendetermin fertiggestellt zu haben. Dies, um künftig "unbequeme" Sendungen zu verhindern.

arbeiter gelegentlich zu untergeordneten Arbeiten (Recherchen) und - wenn unbedingt notwendig - zu Teilbeiträgen herangezogen werden. Auch die Vergabe an Auftragsproduzenten halte ich für ausgeschlossen. Ich bin im Gegenteil der Meinung, daß wir über unser Medium nicht durch außenstehende Dritte den Zuschauer informieren und aufklären lassen, sondern nur aus dem eigenen Hause in Kenntnis eines breiteren Umfeldes der zur Diskussion Details diese Aufgabe wahrnehmen können." ¹

Dieser Brief festigte die Anordnung des Hauptabteilungsleiters; bis zum Ende des Untersuchungszeitraumes gab es für die Redaktion keine Möglichkeit, freie Mitarbeiter mit der Produktion einzelner Sendungen zu beauftragen oder längerfristig mit ihnen zusammen zu arbeiten. -

"Das besondere Treueverhältnis der Redakteure führt zwangsläufig zu wohlüberlegter oder unbewußter Selbstbeschränkung, wo (bei Respektierung der Programmrichtlinien) ² etwas mehr Bereitschaft zu mutiger Kritik, zu Unbefangenheit vor Überempfindlichkeiten und zu unverstellter Sicht von draußen nötig wäre." ³

Von freien Mitarbeitern erhofft sich der Redaktionsleiter Impulse, die vor der Denaturierung kritischer Grundabsichten ⁴ schützen sollen. Der Intendantenbescheid bedeutet de facto: Kanalisierung - wenn nicht völlige Blockade - von Medienkritik; die Macher der medienkundlichen/medienkritischen Sendereihe werden gezwungen, in einer "splendid isolation" zu arbeiten und ihren kri-

1. Holzamer an Greulich; Berlin, 4.9.75

2. siehe hierzu: 3.5, S. 64

3. Greulich an Holzamer; Mainz, 20.8.75;
siehe hierzu: 3.4, S. 63

4. siehe hierzu: Konzeption der Sendereihe "betrifft: Fernsehen", S. 46

tischen Impetus aufzugeben. ¹

11. Themenfindung

In der Konzeption von "betrifft: Fernsehen" heißt es:
 "Thematisch ist für die Sendereihe alles denkbar ..." ²
 Im Gegensatz hierzu stehen die Antworten auf die Frage:
 "Gibt es Ihrer Meinung nach bezüglich der Themenauswahl
 für 'betrifft: Fernsehen' Tabus?" ³ - Anhand der
 Stoffzulassung für das Jahr 1976 soll die Ursache für
 diese Unstimmigkeit aufgezeigt werden. ⁴

.. Thema 6 (" 'Wahlkampf im Fernsehen'; anlässlich der
 Bundestagswahlen soll beobachtet werden, wie das Fern-
 sehen über den Wahlkampf berichtet, welchen Effekt das
 Auftauchen von Journalisten bei Wahlveranstaltungen hat
 und unter welchen journalistischen und technischen Vor-
 bereitungen die Berichterstattung der Wahlnacht
 zustande kommt.") wurde kommentiert mit: "Zu Thema 6

1. "Der Kreative aber, der das Engagement will, muß
 höllisch aufpassen, daß er sich nicht unversehens
 seiner besten Mittel begibt und aus dem Traum von
 einem neuen Bündnis zwischen Macht und Geist als PR-
 Mann seiner Kontrolleure aufwacht." (Hans Joachim
 Lange, ehemaliger Programmdirektor des SWF, zitiert
 nach: Greulich an Holzamer; Mainz, 20.8.75)

2. siehe hierzu: Konzeption der Sendereihe "betrifft:
 Fernsehen", S. 45

3. siehe hierzu: 3.4, S. 63

4. Gegenüberstellung einzelner Themenvorschläge der
 Redaktion Medienkunde mit der Stellungnahme des da-
 maligen Hauptabteilungsleiters Kultur, Brobeil; Mainz,
 September 1975

habe ich Bedenken, auch wenn der Bericht erst nach der Bundestagswahl gesendet wird. Herr Greulich hat mir zwar versichert, daß er gerade hinsichtlich dieses Themas auf größte Ausgewogenheit (!) ¹ achten werde. Doch setzen wir uns mit dieser Produktion politischen Risiken aus, die heute noch nicht übersehen werden können und wohl erst im Laufe des Wahlkampfes sichtbar werden können. ..."

- Thema 9 (" 'Wer kontrolliert das Fernsehen?'; eine Darstellung der Zusammensetzung der Kontrollgremien, der Kontroverse um den Einfluß der Parteien in den Kontrollgremien und der diskutierten alternativen Modelle.") wurde kommentiert mit: "Thema 9 halte ich wegen der Kontroverse um den Einfluß der Parteien für problematisch. Bevor das Thema in die Produktionsbewilligung geht, muß Herr Greulich ein detailliertes Treatment vorlegen, wie er es behandeln will."
- Thema 11 (" 'Wie wir die Sache sehen'; die Darstellung einer Kontroverse im ZDF-Programm - z.B. Arbeitskonflikt - wird zum Ausgangspunkt einer Gegenüberstellung gemacht, wie die am Konflikt beteiligten Parteien - z.B. Arbeitgeber und Arbeitnehmer - den Konflikt aus ihrer parteiichen Perspektive sehen. Dem Zuschauer soll Gelegenheit gegeben werden, an diesem Testfall zu überprüfen, ob und wie die beiden Parteien bei der Darstellung des Konflikts in unserer Berichterstattung zu Wort gekommen sind.") wurde kommentiert mit: "Thema 11 könnte dazu führen, daß an einem konkreten Fall der Berichterstattung der Medienkritiker unter Umständen eigene Fehler und Nichtausgewogenheit nachweist. ..."

1. Hervorhebung des Verfassers; siehe hierzu: 2.2, S. 59

- Thema 14 (" 'Die Problematik der redaktionellen Verantwortung'; Versuch einer Darstellung kontroverser Auffassungen zwischen Autoren und Verantwortlichen einer Fernsehanstalt an einem fiktiven Beispiel in Form einer Spielhandlung. Dem Zuschauer soll deutlich gemacht werden, daß es bei Sendungen zu Auseinandersetzungen über Grenzfragen kommen kann, bei denen von allen Beteiligten einsehbare Argumente ins Feld geführt werden.") wurde abgelehnt mit der Begründung: " 'Die Problematik der redaktionellen Verantwortung' lehne ich ab, weil - dazu noch in einer Spielhandlung! - interne Verhältnisse des Hauses nicht in die Öffentlichkeit gehören. ..."

Auf Bitte des Redaktionsleiters wurde die ausführliche Themenliste an den Intendanten weitergereicht. Dieser antwortete: "... Ich mache mir dabei die Stellungnahme und die Einwände gegen bestimmte Themen von Herrn Dr. Brobeil voll zu eigen und bitte, diese entsprechend zu berücksichtigen. Ich möchte generell darauf hinweisen, daß alle Sendungen dieser Reihe eine positive Hilfe für den Zuschauer bedeuten sollen, und daß sie sich nicht prinzipiell gegen das Fernsehen oder gegen bestimmte Sendungen richten dürfen. ..." ¹

Die Folge dieses desolaten Jetzt-Zustandes ist, daß sich die Kritik im Fernsehen vom Kritisierten - trotz aller Mühe und Redlichkeit - kaum unterscheidet. "Die Forderung nach 'Transparenz' ist solange überflüssig, wie sie die Grenzen der eigenen Arbeit nur in Sklavensprache auszustellen erlaubt." ²

1. Holzamer an Greulich; Mainz, 30.9.75

2. Horst Königstein, S. 437 f.

12. Ausblicke auf denkbare Arbeitsformen

Die geäußerte Kritik an der derzeit bestehenden Form von "betrifft: Fernsehen" darf nicht als Plädoyer für die Absetzung dieser Sendereihe mißverstanden werden. Fernsehkritik im Fernsehen ist jedoch unter den gegebenen Bedingungen ein "prinzipielles Unding" ¹ und bleibt dort, wo sie dennoch versucht wird, notwendigerweise unbefriedigend. Vor diesem Hintergrund empfehlen sich den Redakteuren folgende Arbeitsmaximen:

1. "betrifft: Fernsehen" hat einen Sendetermin (Montag, 19.30 Uhr), der es tendenziell ermöglicht, Zuschauer-mehrheiten zu erreichen. Dieser Sendetermin sollte nicht aufgegeben werden.
2. dem Zuschauer ist nicht damit gedient, wenn eine Sendereihe wie "betrifft: Fernsehen" aus falsch verstandenen Eros ² vom Bildschirm verbannt wird. Da es Animositäten von Programmverantwortlichen ³ sind, die eine medienkundliche/medienkritische Sendereihe zu Fall bringen, sollte die Gewichtung eindeutig auf "medienkundlich" liegen. ⁴

1. Martin Wiebel, S. 42

2. siehe hierzu: Konzeption der Sendereihe "betrifft: Fernsehen", S. 45 ff.

3. siehe hierzu: Anm. 4, S. 28

4. Gustav-Adolf Bähr, verantwortlich für "Mikado", in der letzten Folge dieser Reihe am 7.11.76: "Damit ist 'Mikado' am Ende, es war die letzte Sendung. Ich hoffe für Sie, daß die nachfolgenden fernsehkritischen Sendungen besser informieren und besser unterrichten dürfen."

3. zur Verfügung stehende Sendetermine sollten gebündelt werden, z.B. auf vier Termine pro Vierteljahr.¹ Auf diese Weise wäre es möglich, aufeinander aufbauende Fragestellungen zu realisieren.
4. die Themenauswahl zu einzelnen Sendungen darf nicht vordergründig durch Individualinteressen der Macher bestimmt sein. Es ist erforderlich, für die Sendereihe eine längerfristige Planung zu entwickeln und aus dieser Planung heraus zu einzelnen Themen zu finden.²
5. die derzeit erkennbare Arbeitsform der Redakteure ist für die Erstellung medienkundlicher/medienkritischer Sendungen nicht günstig. Anstelle von stark individualistisch geprägter Arbeitshaltung ist die Bildung von Arbeitsgruppen zu fordern.³
6. es ist nicht möglich, "einfach ins Blaue zu senden".⁴ Wirkungs- und Rezeptionsweisen müssen bei der Gestaltung von Sendungen berücksichtigt werden.⁵
7. um einzelne Beiträge nicht zu einem einmaligen "Ereignis" werden zu lassen, sollte die Redaktion Möglichkeiten der "Nachbereitung" initiieren; ideal wäre ständiger Kontakt zu Volkshochschulen und Medienarbeitskreisen.
8. Erfahrungen aus Sendungen, in denen stark personalisiert wird (z.B. Quiz), zeigen, daß sich der Zuschauer oft und bereitwillig mit Figuren identifiziert.

1. bei 8 Sendeterminen pro Jahr

2. Im Sinne von "Wirkungs-Optimierung" (Beeinflussung des Rezeptionsverhaltens) ist diese Forderung unabdingbar.

3. Angesprochen ist bspw. die Beteiligung von Medienpädagogen und Kommunikationswissenschaftlern.

4. Alexander v. Cube, S. 95

5. siehe hierzu: Projektforschung zu "betrifft: Fernsehen", S. 81 ff.

ziert, die "stellvertretend" für ihn agieren. ¹ Aus diesem Grund sollte ein "Identifikationsobjekt" in die Sendereihe eingeplant werden.

9. es ist für den Zuschauer schwierig, einzelne Beiträge von "betrifft: Fernsehen" als Teile einer Sendereihe zu erkennen. ² Daher sollten Momente in die Reihe eingeplant werden, die Wiedererkennungseffekte auslösen. Neben einem wiederkehrenden "Identifikationsobjekt" (Pkt. 8) ist die Einführung eines Vorspanns und eines feststehenden Zeicheninventars (bspw. Superzeichen) denkbar.

Einige der aufgestellten Forderungen an die Sendereihe "betrifft: Fernsehen" werden von den Machern selbst als Änderungsvorschläge genannt. ³ Ihnen kann aber erst dann Bedeutung zugemessen werden, wenn sie mehr als verbale Zugeständnisse sind; während des Untersuchungszeitraumes zeichneten sich keine Realisierungstendenzen ab. - Wird der angeführte Minimalkatalog nicht zur Grundlage von Transparenzbemühungen, so gilt, was Klaus Bresser formulierte: "Die Versuche, die Funkhäuser durchsichtiger zu machen, sind in den Anfängen steckengeblieben oder haben sich in mißglückten Experimentierprogrammen festgefahren. Die wenigen Sendungen des Fernsehens über Fernsehen dienen lediglich als Alibi dafür, wie fortschrittlich und selbstkritisch man doch sei." ⁴

1. vergl. hierzu: Otto Walter Haseloff, S. 17 ff.

2. siehe hierzu: Fragebogen II, 3.4, S. 112

3. siehe hierzu: 4.5, S. 67

4. Klaus Bresser, S. 1

13. Projektforschung zu "betrifft: Fernsehen"

Begleitende Zuschauerforschung kann nur dann sinnvoll sein, wenn sie innovierende Momente hervorbringt. Die Möglichkeiten und Leistungen der Projektforschung zu "betrifft: Fernsehen" sollen unter diesem Aspekt gekennzeichnet werden. ¹

13.1 Methode

Die Projektforschung zu "betrifft: Fernsehen" beruht auf der Durchführung und Auswertung von Gruppendiskussionen. ² Die Teilnehmer werden nach den Merkmalen Beruf, Einkommen und Alter ausgesucht und zusammengestellt; dabei werden möglichst homogen zusammengesetzte Gruppen von sechs bis acht Teilnehmern angestrebt. ³ Den Diskussionen liegt folgender Leitfaden zugrunde: ⁴

1. Beurteilung der gesamten Sendung
 - 1.1 Globaleindruck
 - 1.2 Einordnung der Sendung in das vorliegende Programmangebot
 - 1.3 allgemeine Verständlichkeit der Sendung/Sendungsabsicht

-
1. die Angaben sind entnommen aus: Hella Kellner; Begleitende Projektforschung zu "betrifft: Fernsehen"; Mainz, Februar 1975; sinngemäße Wiedergabe
 2. Die Diskussionen finden seit 1975 vor der Ausstrahlung einer Sendung statt; siehe hierzu: Konzeption der Sendereihe "betrifft: Fernsehen", S. 46 f.
 3. Aufgrund von Rekrutierungsschwierigkeiten gibt es im Einzelfall Abweichungen.
 4. Die den Gliederungspunkten zugeordneten Inhalte unterscheiden sich notwendigerweise von Sendung zu Sendung.

- 1.4 Bedeutung der Sendungsabsicht für den Zuschauer
- 1.5 Beurteilung der Personen der Sendung nach Funktion und Wichtigkeit bzw. Sympathie
2. Beurteilung der einzelnen Sendungsteile
 - 2.1 Aufbau der Sendung
 - 2.2 Bedeutung einzelner Sendungsteile für die Verständlichkeit der Sendungsabsicht
 - 2.3 Bedeutung einzelner Sendungsteile für die Sendung/ den Zuschauer
 - 2.4 Bedeutung einzelner Personen für einzelne Sendungsteile
3. Erwartete Resonanz auf die Sendung

Anhand derart strukturierter Diskussionen erhofft man sich Antworten auf die Frage: wird und wie wird der Zuschauer durch die Sendung erreicht? ¹

13.2 Ergebnisse

Die Ergebnisse der Diskussionen bewegen sich auf keinem abgesicherten Niveau. Als Resultate, die "einen gewissen Verallgemeinerungswert besitzen", ² werden genannt:

-
1. Die Teilnehmer an den Diskussionsgruppen entstammen ausschließlich aus der Primär-Zielgruppe von "betrifft: Fernsehen" (siehe hierzu: Anm. 3, S. 2 und 4.6, S. 68). Die Beteiligung einer "Zuschauerminorität" (siehe hierzu: Erste Ergebnisse der Zuschauerforschung zu "betrifft: Fernsehen", S. 43) wurde aufgegeben, da die Erwartungshaltung gegenüber der Sendereihe "schichtenspezifisch zu sein scheint" (Hella Kellner; Begleitende Projektforschung, S. 14); die Befragung dieser "Minorität" als Kontrollgruppe ergab keine verwertbaren Ergebnisse.
 2. Hella Kellner; Begleitende Projektforschung, S. 18

- die formale Struktur einer Sendefolge muß keineswegs eindimensional sein; problematisch wird es, wenn der Zuschauer durch einzelne Sendungselemente derart irritiert wird, daß er die Sendungsabsicht nicht mehr erkennt;
- Urteile über einzelne Sendungen sind abhängig von der Interessenstruktur und Erwartungshaltung des Zuschauers;
- die Mehrzahl der Diskussionsteilnehmer ließ latentes Desinteresse an medienkundlichen/medienkritischen Sendungen erkennen und bekundete Interesse an unterhaltenden Programmen.

Die Ergebnisse der "Begleitenden Projektforschung zu 'betrifft: Fernsehen' " müssen als unzulänglich und unverbindlich bezeichnet werden. Für die Programmpraxis bedeutet dies, daß sie als Beurteilungskriterien für die Gestaltung einzelner Sendungen wenig brauchbar sind.

14. Die Sendungen der Reihe "betrifft: Fernsehen"

Innerhalb des erfaßbaren Untersuchungszeitraumes ¹
 sendete das ZDF folgende Beiträge der medienkundlichen/
 medienkritischen Sendereihe:

1. "Vorschau auf die medienkundliche Sendereihe"
 10.3.74, 15.05 Uhr, Sendelänge: 28'56", Autoren:
 Helmut Greulich, Joachim Obst, Michael Mrakitsch,
 Jutta Szostak, Sven Severin, Bernward Frank
2. "Zuschauer beobachten das Entstehen einer Reportage"
 18.3.74, 19.30 Uhr, Sendelänge: 43'43", Autor:
 Joachim Obst
3. "Wie man Nachrichten an den Mann bringt"
 22.4.74, 19.30 Uhr, Sendelänge: 44'02", Autoren:
 Michael Mrakitsch, Jutta Szostak
4. "Nachrichtenvermittlung in der Kritik"
 15.5.74, 19.30 Uhr, Sendelänge: 43'45", Autoren:
 Michael Mrakitsch, Jutta Szostak
5. "Das Geschäft mit den schönen Träumen"
 16.9.74, 19.30 Uhr, Sendelänge: 45'38", Autor:
 Sven Severin
6. "Mainzer Tage der Fernsehkritik 1974"
 31.10.74, 22.45 Uhr, Sendelänge: 43'14", Autor:
 Helmut Greulich

1. Der erfaßbare Untersuchungszeitraum endet im Mai 76.

7. "Warum singt im Fernsehen niemand falsch?"
11.11.74, 19.30 Uhr, Sendelänge: 43'36", Autor:
Joachim Obst
8. "Schöner fernsehen"
5.5.75, 19.30 Uhr, Sendelänge: 42'15", Autor:
Joachim Obst
9. "Da hilft auch kein Jahr der Frau"
2.6.75, 19.30 Uhr, Sendelänge: 43'54", Autor:
Jutta Szostak
10. "Geschichten um Lohn und Liebe"
30.6.75, 19.30 Uhr, Sendelänge: 43'30", Autor:
Joachim Obst
11. "Wie fern ist der Nahe Osten?"
13.10.75, 19.30 Uhr, Sendelänge: 43'22", Autor:
Helmut Greulich
12. "Wie informiert das Fernsehen?"
11.12.75, 21.25 Uhr, Sendelänge: 132'15", Autor:
Bernward Wember ¹
13. "Kung Fu und der Tausenderpreis"
12.1.76, 19.30 Uhr, Sendelänge: 43'42", Autor:
Joachim Obst
14. "Vier Wochen ohne Fernsehen"
23.2.76, 19.30 Uhr, Sendelänge: 43'27", Autor:
Helmut Greulich

1. Co-Produktion zwischen "betrifft: Fernsehen" und
"Filmforum" (ZDF)

15. "Die zweite Stimme"

10.5.76, 19.30 Uhr, Sendelänge: 44'14", Autor:
Joachim Obst

14.1 Besprechung der Beiträge

Es ist die Absicht dieser Untersuchung, die Grenzen gegenwärtiger Transparenzbemühungen des ZDF zu kennzeichnen. Die Auswertung des Fragebogens I verdeutlicht, daß es vorrangig interne Zwänge der Fernsehanstalt sind, die (un-) mittelbar zur Denaturierung geplanter Sendungsinhalte führen. Zudem muß die Redaktion Medienkunde im Hinblick auf die Zahl der beschäftigten Redakteure als unterbesetzt gelten; ¹ Zeitdruck und damit verbundene "Oberflächlichkeiten" bei der Gestaltung einer Sendung sind notwendige Folgen. ² Eine inhaltliche Analyse erscheint aus diesen Gründen nicht angemessen - das zumeist negative Resultat wäre bereits im Ansatz dieser Vorgehensweise festgeschrieben. ³ Die Besprechung der Beiträge beschränkt sich daher bewußt auf den "Makro-bereich", d.h. die Darlegung der Sendungsinhalte; soweit

1. siehe hierzu: Anm. 5, S. 3 und 1.6, S. 55

2. vergl. hierzu: Dahlmüller, Hund, Kommer; Politische Fernsehfi-bel, S. 102; Martin Wiebel, S. 41 f.

3. Generell kann eine inhaltsanalytische Vorgehensweise sinnvoll und aufschlußreich sein. Notwendig wird sie immer dann, wenn "begleitende", eindeutige Parameter nicht zur Verfügung stehen. Die Ergebnisse des Fragebogens I sind jedoch hinsichtlich der Ausgangsfrage -m.E.- eindeutig und lassen keine andere Interpretation zu.

vergl. hierzu: Hans-Friedrich Foltin, Gerd Würzburg, S. 56

zu einzelnen Sendungen kritisch Stellung genommen wird, geschieht dies, um auf Momente der Selbstbeschränkung hinzuweisen. ¹

Die Besprechung der Beiträge beginnt bei der zweiten Folge der Reihe "betrifft: Fernsehen", da die erste Sendung lediglich eine ausführlichere Vorschau war, in der auf das Anliegen der Sendereihe aufmerksam gemacht wurde. ²

14.1.1 "Zuschauer beobachten das Entstehen einer Reportage"

Presstext: ³

"... Während des Herstellungsprozesses (eines Films, Anm. d. Verf.) stellt unsere Zuschauergruppe, die sich aus Teilnehmern eines Berliner Volkshochschulkurses zusammen setzt, kritische Fragen an den Autor des Films und diskutiert anschließend ihre Rolle bei der Sendung mit den Redakteuren von 'betrifft: Fernsehen'. Am Beispiel der Herstellung eines typischen Reportagefilms wollen wir zeigen, wie schon die einfache journalistische Berichterstattung notgedrungen unobjektiv sein muß, wie äußere Zwänge, persönliche Meinungen und Vorlieben die Sicht der Dinge bestimmen, wie eine Informationssendung niemals die

-
1. "Selbstbeschränkung" ist als Sammelbegriff für Einschränkungen gleich welchen Ursprungs anzusehen. Ein Anspruch auf Vollständigkeit möglicher Einlassungen wird nicht erhoben.
 2. siehe hierzu: Konzeption der Sendereihe "betrifft: Fernsehen", S. 45 ff.
 3. Bei der Besprechung der Beiträge wird aus dem Presstext zur jeweiligen Sendung zitiert, der vom Redakteur selbst verfaßt wurde.

ganze Wirklichkeit, sondern bestenfalls ausgewählte Ausschnitte einer Sache zeigen kann." ¹

Die "Süddeutsche Zeitung" faßt ihre Kritik zusammen mit: "H. Greulich und der finster blickende 'Medienkritiker' J. Obst dozierten umständlich mit gestelzten Phrasen und bewältigten vor den Studiokameras eigenes 'Bewußtsein'. ... Fazit dieser Sendung: H. Greulich sollte den Zuschauern vor den Fernsehern mehr Mündigkeit zutrauen. Es ist nicht nötig, alles dreimal zu erklären und nach allen Seiten hin abzusichern." ²

Auf die Möglichkeiten von Zuschauerbeteiligungen wurde an anderer Stelle hingewiesen. ³

14.1.2 "Wie man Nachrichten an den Mann bringt"

"Nachrichtenvermittlung in der Kritik"

Presstext:

"Fernsehnachrichten gelten in den Augen der meisten Zuschauer als besonders zuverlässig, und viele geben sich der Illusion hin, sie seien über das Weltgeschehen ausreichend informiert, wenn sie eine Sendung von 'Heute' oder von der 'Tagesschau' gesehen haben. Ist das tatsächlich so - kann es so sein? Wie kommen Fernseh-Nachrichten-Sendungen überhaupt zustande? Woher beziehen

1. siehe hierzu: Anm. 1, S. 18

2. Süddeutsche Zeitung, 20.3.74

3. siehe hierzu: Zuschauerbeteiligung, S. 28 ff.

die Redakteure ihre Bild- und Textinformationen? Nach welchen Gesichtspunkten wird aus den über 1200 Einzelmeldungen ausgewählt, was dann tatsächlich in die Sendungen einfließt? Unter welchen Bedingungen (zeitliche Beschränkung, Abhängigkeit von Informationsquellen, Zeitnot vor Redaktionsschluß) kommen die Sendungen zustande? Werden die Nachrichtensendungen von den Zuschauern verstanden und nützen ihnen die vom Fernsehen ausgewählten Informationen? Auf diese und andere Fragen versucht die zweite Folge der Sendereihe 'betrifft: Fernsehen' eine Antwort zu geben. Am 15. Mai wird in einer zweiten Sendung zum Thema Nachrichten Kritik an der jetzigen Form von Nachrichtensendungen geübt und die Redakteure werden dazu selbstkritisch Stellung nehmen."

In der Einleitungsmoderation zu dem zweiten Nachrichtenbeitrag hieß es: "Wir haben uns entschlossen, Ihnen die wichtigsten Argumente ungeschminkt und so direkt wie möglich zu vermitteln. Weil wir unsere Zuschauer nicht gern für Mäuse halten, haben wir auf den Speck verzichtet, d.h. auf eine unterhaltsame Verpackung." ¹ - Beinhaltete der erste Beitrag über Nachrichten eine reine Produktionsbeobachtung, so versuchte der zweite hierzu kritisch Stellung zu nehmen. Beiden Sendungen gemein war: sie gerieten ziemlich "akademisch"; ² sie erfüllten nicht, was sie versprachen: "Man sah und hörte so einiges, Neuigkeiten wie Binsenweisheiten; ... jedoch wichtige Fragen blieben un-

1. "Nachrichtenvermittlung in der Kritik", 15.5.74

2. Badische Zeitung, 24.4.74

beantwortet: werden die Nachrichten vom Zuschauer verstanden? Nützen ihm die Informationen?" ¹

14.1.3 "Das Geschäft mit den schönen Träumen"

Presstext:

"In dieser Sendung singen die Stars mit gemischten Gefühlen. ... Sie wußten, es geschah für den 'Unterhaltungsbeitrag' der neuen medienkritischen ZDF-Reihe 'betrifft: Fernsehen'. ... Unter vielen möglichen Formen der Fernsehunterhaltung haben die Autoren eine typische herausgegriffen: die Musik-Show. Und von vielen möglichen Aspekten, unter denen man Unterhaltung im Fernsehen betrachten kann, haben sie sich vorwiegend auf einen beschränkt: auf den Zusammenhang von Fernsehunterhaltung und Arbeitswelt. Sie kamen zu dem Ergebnis: die Unterhaltungssendungen im Fernsehen befriedigen Bedürfnisse, die im täglichen Leben, also am Arbeitsplatz, nicht befriedigt werden. Sie entspannen und befreien von Aggressionen, lassen die Probleme der Arbeit in wenigen Stunden am Feierabend vergessen, bieten eine perfekte Traumwelt an. Aber wer träumt, vergißt zu handeln, vergißt, seine alltäglichen Probleme konkret zu lösen. Und das wiederum liegt im Interesse derjenigen, die das große Geschäft mit der Traumproduktion machen und denen nicht daran gelegen ist, die Arbeitswelt so zu verändern, daß schöne Träume auf eine 'bessere Welt' überflüssig werden. ... Die beteiligten Autoren haben versucht, Vertreter aller beteiligten Gruppen zu Wort kommen zu

1. Frankfurter Rundschau, 25.4.74

lassen."

Erstmals macht "betrifft: Fernsehen" den Versuch, primär medienkritisch zu sein. Die erste Maßnahme der Programmverantwortlichen ¹: der Autor erhält ein Verbot, künftig für diese Sendereihe Beiträge zu fertigen. ² - Noch vor der Ausstrahlung der Sendung wird der Justiziar des ZDF, Dr. Fuhr, um ein Rechtsgutachten gebeten, dessen Folge die Umarbeitung der Sendung ist. ³ In einem neu hinzugefügten Vor- und Abspann wird nachdrücklich auf die subjektive Sicht hingewiesen, die der Autor präsentiert; ⁴ eine Aussage des ZDF-Redakteurs Klaus Weising wird herausgeschnitten. ⁵ Ohne diese "Zugeständnisse" wäre - so der Redaktionsleiter - eine Ausstrahlung des Beitrages nicht möglich gewesen.

Äußerte sich der verantwortliche Redakteur der ZDF-Sendereihe "Disco" in der genannten Sendung auf die Frage: "Ist denn die Industrie schon mal mit Bestechungs-

1. siehe hierzu: Anm. 4, S. 28

2. siehe hierzu: Die Mitarbeiter der Redaktion "betrifft: Fernsehen", S. 72 f.

3. Rechtsgutachten vom 20.3.74

4. siehe hierzu: Textbeilage 3, 247 ff.

5. Der inkriminierte Satz im Wortlaut: "Die, wie jetzt an der Macht sind, und die auch das Fernsehen beeinflussen, haben null Interesse daran, daß den Leuten, die arbeiten müssen, ihre Lage klar wird. Die werden ihnen noch mehr 'Starparaden', 'Discos' und 'Hitparaden' vorsetzen, damit sie schön zufrieden und angepaßt bleiben und auf bessere Zeiten hoffen."
(zitiert nach: Hermann Vagts, S. 16)

versuchen an Sie herangetreten?" mit: "Jawohl und sehr massiv, ist die Antwort!", so mußte er bereits am 19.6.74 widerrufen: "Nach Gesprächen mit Herrn Dr. Brobeil und Herrn Gerlach habe ich zur Kenntnis zu nehmen, daß mein Statement zum Thema 'die da oben' in dem gestern vorgeführten Film 'betrifft: Fernsehen' in der vorliegenden Fassung sehr mißverständlich ist. Ich halte zu meiner politischen Überzeugung, daß die Kräfte in einem gesellschaftlichen System, die 'oben' sind, also die Macht haben, freiwillig nichts tun werden, daß sich die Verhältnisse, die sie privilegieren, ändern werden. In diesem Verständnis hat die Schlagermusik eindeutig systemstabilisierende Funktion. Nur: ich trage durch Sendungen wie 'Disco' freiwillig zu dieser Stabilisierung bei. Wenn der Eindruck entsteht, ich würde statt kommerzieller Schlagerware lieber politisch engagierte Titel im Programm haben, 'wenn meine Bosse mich nur ließen', so ist das absolut falsch. Die Kritik, die anspreche, richtet sich also auch eindeutig gegen mich selber. Es muß ein Weg gefunden werden, daß meine Äußerung in dem Film so herauskommt, wie sie gemeint ist: nicht Kritik an den Bossen (zu der ich glücklicherweise keinen Grund habe), sondern Kritik an meiner Arbeit." ¹

Dieser noch vor dem Rechtsgutachten geschriebene Brief kennzeichnet die Antizipation von Weisungen eindeutig. Antizipation, obwohl die Richtlinien für die Sendungen des ZDF, die im Zusammenhang mit dem Staatsvertrag maßgebend sind, aussagen: das Programm soll dem

1. Weising an Greulich; Mainz, 19.6.74

Zuschauer die eigene Urteilsbildung ermöglichen, es soll das Gewissen schärfen und zu kritischem Denken ermutigen.¹ Unter Berücksichtigung willkürlicher Eingriffe in die Programmgestaltung, die sich weder aus dem Staatsvertrag noch aus den Programmrichtlinien legitimieren, heißt "Urteilsbildung" oder "Kritikfähigkeit": Denken in bereits "vorgefertigten Bahnen", Urteilsbildung aufgrund bereits "entschärfter" Informationen.

Die sechste Folge der Reihe "betrifft: Fernsehen" wird nicht besprochen, da sie lediglich eine grobe Zusammenstellung der "Mainzer Tage der Fernsehkritik 1974" ist. Diese Sendung wurde nicht um 19.30 Uhr, sondern um 22.45 Uhr ausgestrahlt; mithin war ihr Publikum nicht identisch mit dem, das die Sendereihe primär ansprechen will. Dieser Beitrag setzte ein großes Maß an Vorinformationen voraus und konnte nur von "Insidern" sinnvoll rezipiert werden.

14.1.4 "Warum singt im Fernsehen niemand falsch?"

Presstext:

"Wieviel Stimme braucht ein Schlagerstar? Darf er auch einmal daneben singen und warum, sollte es wirklich einmal passieren, bemerken es die Zuschauer nie? Wozu dient das play-back-Verfahren? Erwartet das Publikum von Gesangssolisten im Fernsehen immer ausgefeilte Plattenqualität? Die 5. Folge von 'betrifft: Fernsehen' ermöglicht einen Einblick in die Herstellung einer Schlager-

1. siehe hierzu: Selbstverständnis des Zweiten Deutschen Fernsehens, S. 15

sendung von Evergreens. ... Joachim Obst, der Autor der Sendung, stellt in diesem Beitrag die Frage, ob Spontaneität und Improvisation nicht hoffnungslos auf der Strecke bleiben, wenn jeder Ton, jeder Ausdruck, jeder Schritt und jede Geste tagelang geprobt und schließlich in 'Bestform' aufgezeichnet werden."

Nach der politisch engagierten Severin-Sendung "flüchtet" die Redaktion in bloße Produktionsbeobachtung. Es werden keine Versuche unternommen, an die vorherige Sendung (Schlager!) anzuknüpfen oder doch zumindest Verweise anzubieten. Man versäumte die Gelegenheit, auf die Beziehung Perfektion - Konsum einzugehen. "Künstlichkeit wird produziert, eiskalt eine Ware maschinell hergestellt, um den Zuschauer zum Konsum zu zwingen." ¹ " 'Betrifft: Fernsehen' also eine selbstkritische Sendung? Nicht, wenn hier die Inhalte nicht gleichzeitig mitreflektiert werden." ²

Ganz offenkundig bewirkte die scharfe Reaktion der Programmverantwortlichen ³ diese Einschränkung. Um mit der Sendereihe zu "überleben", entschloß sich die Redaktion bereits Ende 1974, klare Zugeständnisse an das zu machen, was die Programmverantwortlichen ⁴ unter Medienkunde/Medienkritik verstehen, nämlich: "... Einübung in Medienkunde, mit der der Zuschauer genauso viel anfangen kann wie mit einem Gesundheitsmagazin 'Praxis'

1. Funk-Korrespondenz, 21.11.74

2. Badische Zeitung, 13.11.74

3. siehe hierzu: Anm. 4, S. 28

4. ebd.

oder einem Erziehungsmagazin 'Kinder, Kinder'." ¹

"Medienkunde hört dort auf, wo dem Zuschauer die Kraft der Illusion des Mediums Fernsehen geraubt wird." ²

14.1.5 "Schöner fernsehen"

Presstext:

"Ist das Fernsehen wirklich so, wie es in den Programmzeitschriften Woche für Woche vorgestellt wird? Welchen Eindruck muß jemand haben, der das Fernsehen nur aus den Geschichten von 'Hörzu', 'TV - Hören und Sehen', 'Bild und Funk', 'Gong' u.a. Rundfunk-Illustrierten kennenlernt? Was im Textteil der käufer-orientierten Programm-Presse steht, läßt sich im Programmangebot der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten kaum wiederfinden. Mit anderen Worten: hier wird beim Leser für ein Fernsehen geworben, das es so gar nicht gibt."

Für die Realisierung dieses Beitrages wäre direkte Mithilfe der angesprochenen Zeitschriftenredaktionen notwendig gewesen; sie wurde dem Autor von allen Redaktionen, mit denen er Kontakt aufnahm, verweigert. Kommentar in der Sendung: "Ja, das hätten wir gerne gewußt, was sich die Texter der Fernseh-Illustrierten bei der Arbeit denken. Wie sie zu ihren Geschichten kommen, warum sie welche Sendungen der Woche aus dem Programmangebot herausgreifen und mit einigen Zutaten illustrieren und verschönen. Wir wollten eigentlich an dieser Stelle zeigen, wie das Heft einer bestimmten Woche bei einer bestimmten

1. Dieter Stolte, S. 9

2. Karl Holzamer, zitiert nach einem Tonbandprotokoll; Mainz, 26.3.76

Zeitschrift zustande kommt. Aber keiner der gefragten Chefredakteure wollte sich auf diese Weise bei der Arbeit zusehen lassen." ¹

Um überhaupt einen Film über die Programmzeitschriften senden zu können, behalf man sich mit der Abfilmung von Titelbildern und Programmseiten; es war lediglich möglich, den Text von Zeitschriften auf ihren Inhalt hin zu untersuchen. Über die Auswahlkriterien, die Entstehungsgeschichte dieser Texte, konnten nur Vermutungen geäußert werden. Vollends verschwiegen wurde das "Zusammenwirken von Fernsehanstalten und Programmzeitschriften bei der Geschmacksbildung des Publikums." ²

Nach der Ausstrahlung dieses Beitrages hingegen meldeten sich die Programmzeitschriften zu Wort. So distanzierte sich beispielsweise die "Hörzu" energisch von den anderen Illustrierten: "Ein sogenannter kritischer Bericht in der Sendereihe 'betrifft: Fernsehen'. In Wahrheit der Versuch, Ananas und Zitronen auf einen Anfangsbuchstaben zu bringen. Denn: keine Programmzeitschrift ist wie die andere, jede, besonders Hörzu, geht ihren eigenen Weg. ... Schade, wir hatten von dieser Sendung viel erwartet. Weil wir uns selbst mit dem Fernsehen kritisch beschäftigen, stellen wir uns auch gern der Kritik. Aber ein bißchen ehrlicher sollte es dabei zugehen." ³ Was die "Hörzu" verschwieg: der Autor des Films hatte auch mit ihrer Chefredaktion Kontakt aufgenommen - ohne Erfolg.

1. siehe hierzu: 3.5.2, S. 64 f.;

"Schöner fernsehen", S. 12 f.

2. Funk-Korrespondenz, 15.5.75

3. Hörzu, Nr. 21, Mai 75

14.1.6 "Da hilft auch kein Jahr der Frau"

Presstext:

"Auch das ZDF fühlt sich dem 'Jahr der Frau' verpflichtet. Es sendet zu diesem Anlaß zahlreiche Filme, in deren Mittelpunkt Frauen stehen - aber die meisten Sendungen handeln von exotischen Frauenproblemen, - wie Frauen in der Ferne leben - oder sie stellen Künstlerinnen vor. Über das Leben der Frauen in unserem Land (abgesehen von Einzelschicksalen) erfährt man in den Sendungen zum 'Jahr der Frau' zu wenig. Kaum Informationen über Arbeits- und Familienprobleme, über die Doppelbelastung vieler Frauen im Haushalt und am Arbeitsplatz, oder darüber, welche Änderungen angestrebt werden. Auch das ganz normale Alltagsprogramm des ZDF weist diesen Mangel auf. Da spielen Frauen überwiegend traditionelle Rollen, wie sie ihnen seit jeher von den (männlichen) Autoren vorgeschrieben werden. ... Das Fernsehen führt das althergebrachte Bild der Frau vor, wie es auch in der Wirklichkeit noch immer hochgehalten wird. Das Fernsehen als Schrittmacher, das Denkanstöße geben sollte, im Fall der Frauen versagt es. Am Beispiel des Fernsehprogramms der ersten Juniwoche soll gezeigt werden, wie die Frau im Alltagsprogramm des ZDF in Erscheinung tritt. Ausgewählte typische Filmbeispiele werden unter diesem Aspekt abgeklopft und von Zuschauerinnen kommentiert."

Die Autorin dieses Beitrages war zum Zeitpunkt der Produktion (1975) noch freie Mitarbeiterin der Redaktion Medienkunde; dieser Umstand erklärt ein "Aufflackern" des medienkritischen Ansatzes. Wesentlichster Mangel der Sendung: sie bleibt "ziemlich in den Anfängen stecken" und vermittelt "nur Altbekanntes, statt Ursachen zu durchleuchten." ¹

1. Main Post, 3.6.75

14.1.7 "Geschichten um Lohn und Liebe"

Presstext:

"Fernsehfilme, die das Thema 'Arbeitswelt' behandeln, gehören nicht zu den beliebtesten Sendungen. Das liegt nicht nur daran, daß die Zuschauer, die sich abends vor den Fernsehapparat setzen, von den Belastungen ihres eigenen Arbeitsalltags hinreichend 'bedient' sind; es hängt sicher auch damit zusammen, daß die Autoren solcher Filme die Probleme der Arbeitswelt oft isoliert, theoriebeladen und wenig unterhaltsam darstellen. Wie realistisch können diese Geschichten um Lohn und Liebe überhaupt sein? Erkennt sich der Zuschauer in den 'Helden' der Stücke wieder? Will er sich wiedererkennen? Ist die Handlung so angelegt, daß sich Belastungen aus der Arbeitswelt auch im privaten Bereich widerspiegeln - z.B. in den Partnerbeziehungen von Eheleuten? Sind solche Auswirkungen sichtbar zu machen, und lassen sich umgekehrt Einflüsse zeigen, die aus der Familiensituation in die Arbeitswelt hineinreichen? ... Was das ZDF-Team dokumentieren wollte: wie dicht an der Realität können Autoren und Schauspieler sein bei einem solchen Stoff? Wie weit werden sie ihrem selbstgestellten Anspruch gerecht, wiedererkennbare Wirklichkeit zu produzieren? Wie 'normal' darf der dargestellte Ehealltag gerade noch sein, damit er den Zuschauer nicht langweilt?" ¹

Der Autor des genannten Beitrages zeigt keine quantifizierende Untersuchung; er ist bemüht, anhand von drei

1. Beobachtung der Produktion eines Fernsehfilms von Marianne Lüdcke und Ingo Kratisch - "Familienglück" -, der für den WDR in Berlin entstand.

Einspielfilmen ¹ zu zeigen, wie Arbeitswelt im allgemeinen gezeigt (oder nicht gezeigt) wird. Ergebnis dieser Bemühung, die in einer beinahe intimen Produktionsbeobachtung mündet: "... mutet die Sendung stellenweise wie ein PR-Beitrag für 'Familienglück' an. ... Obst hat in seiner Sendung leider nicht gesagt, wo die Grenzen für Arbeiterfilme liegen und wer sie setzt." ²

14.1.8 "Wie fern ist der Nahe Osten?"

Kommentartext: ³

"... Viele Zuschauer werden denken: dieser Mann in Tokio, London oder Beirut kennt sich aus - er wird uns schon das Richtige zeigen oder sagen. Aber: was ist das Richtige? Können Auslandskorrespondenten wirklich alles zeigen, was sie wollen, oder werden sie nicht in vielen Ländern daran gehindert? Und liegt es nicht auch am Korrespondenten, was er für Sie zu Hause auswählt? Mit anderen Worten: kann das Bild, das Sie sich vom Geschehen in anderen Teilen der Welt machen, nicht durch persönliche Einflüsse und äußere Umstände ganz erheblich mitbestimmt werden? Diese Frage wird am Beispiel eines Auslandskorrespondenten untersucht." ⁴

1. Lelouche: "Ein Mann und eine Frau", Frankreich 1966, ZDF 1974; Faßbinder: "Acht Stunden sind kein Tag", WDR 1973; s.o.

2. Funk Report, 4.7.75

3. Textbeilage 2, S. 206

4. Beobachtung von Heinz Metlitzky, ZDF-Korrespondent in Beirut.

Das Raster dieser "Produktionsbeobachtung" erweist sich als sehr durchlässig: "Ist Metlitzky in Beirut nun bequem geworden? Denn das Profil dieses Korrespondenten wirkte reichlich unklar. Vielleicht der berühmte 'Botschafterkomplex' und das 'Korrespondentensyndrom', was heißt, daß jemand seine eigentliche Aufgabe vergißt? Als einen Bruch in diesem klar gebauten Film mußte man es empfinden, daß Greulich gegen Ende der eingeblendeten Schriftbild mitteilen ließ: 'Auch dieser Film ist unter äußeren Zwängen und persönlichen Einflüssen des Autors entstanden.' Solange man die äußeren Zwänge nicht nennen kann, bleibt dieser Satz eine Leerformel ..." ¹

Die 12. Folge der Sendereihe wird nicht besprochen. "Wie informiert das Fernsehen?" ist zwar eine sehr beweiskräftige Sendung, ² fällt aber hinsichtlich ihrer Überlänge und ihrer Sendezeit völlig aus dem Rahmen der medienkundlichen/medienkritischen Sendereihe. Zudem handelt es sich um eine Co-Produktion.

14.1.9 "Kung Fu und der Tausenderpreis"

Presstext:

"Warum werden beim Fernsehen in der Nachbarschaft der Werbung so gern Serien gesendet? Ist dieses sogenannte Vorabendprogramm dazu da, Zuschauer für die Werbung zu gewinnen? Macht das Fernsehen, weil es die Werbeeinnahmen braucht (37% des ZDF-Etats), Zugeständnisse? Kommt es den

1. Frankfurter Rundschau, 15.10.75

2. Gegenstand dieses Beitrages ist die Form der politischen Berichterstattung im Fernsehen.

Firmen, die Werbezeiten kaufen, entgegen oder dem Geschmack des Publikums, das am frühen Abend mit leichter Kost unterhalten sein will? Während der letzten Jahre ist die Kritik an der dramaturgischen Form und an den oft klischeehaften Inhalten amerikanischer Serien ständig gewachsen. ARD und ZDF bemühen sich um die Entwicklung von Serien, die kritischen Ansprüchen standhalten. Der verstorbene Programmdirektor des ZDF, Gerhard Prager, hatte die Forderung vertreten, daß man von Serien - bei aller Unterhaltsamkeit - 'Themen mit Widerhaken' erwarten sollte, mit 'Realitätsnähe und einer eingängigen Sprache in Wort und Bild'."

Nach einigen eher medienkundlichen denn medienkritischen Beiträgen wagt man, so hat es den Anschein, hintergründiger zu werden. Aber: "Als Fernsehkritiker verzeiht man es Sendungen mit medienkritischen Absichten weniger als anderen, wenn sie keine für den Zuschauer klar erkennbare Konzeption haben. So viele gibt es gar nicht, als daß man den Verfertigern der wenigen, die es gibt, erlauben dürfte, unstrukturierte, nicht systematisierte, planlos Fakten und Meinungen akkumulierende Berichte daraus zu machen." ¹ "In solchem Stande der Jungfräulichkeit, in dem Obst sich befand oder in den er hoffte, sich zurückgeben zu können, darf man eine Sendung mit aufklärerischer Ambition nicht machen." ²

1. Kirche und Rundfunk, 17.1.76

2. ebd.; vergl. hierzu: Wieland Schulz-Keil; Kojak & Co; WDR/WDF, 29., 30.11 und 1.12.75

14.1.10 "Vier Wochen ohne Fernsehen"

Presstext:

"Stellen Sie sich vor, zwei Möbelpacker kämen Ihren Fernsehapparat abholen und Sie hätten vier Wochen lang keine Gelegenheit, fernzuschauen: mit welchen Ahnungen, Hoffnungen oder Befürchtungen würden Sie diesem Monat ohne Mattscheibe entgegensehen? Fühlen Sie sich vom Fernsehen schon so abhängig, daß Sie befürchten müßten, sich 'ohne' zu langweilen? Oder böte Ihnen eine längere Fernsehpause die willkommene Möglichkeit, mehr eigene Aktivitäten zu entwickeln, auf die man vielleicht nur deshalb verzichtet hat, weil einen der 'Kasten' zum Einschalten verführte? Vielleicht sind Sie auch ein 'Fernseh-Muffel', dem es überhaupt nichts ausmacht, ob das 'Ding' dasteht oder nicht? - Im Rahmen einer Seminararbeit haben Studenten des Publizistischen Instituts der FU Berlin zusammen mit H. Greulich ... mit zwei Berliner Arbeiterfamilien einen Test durchgeführt: die beteiligten Zuschauer erklärten sich bereit, von Mitte November bis Mitte Dezember 1975 auf jeden Fernsehempfang zu verzichten. Mit Video-Geräten wurden in der fernsehlosen Zeit bei beiden Familien Aufzeichnungen gemacht, die darüber Aufschluß geben sollten, ob und wie sehr das Fernsehen vermißt wurde. Diese Aufnahmen werden in der Sendung "Vier Wochen ohne Fernsehen" ... zu sehen sein."

Neben der offenkundigen Verbindung "Belastungen aus der Arbeitswelt - TV-Konsum" dokumentiert dieser Beitrag die hochgradige Abhängigkeit vom Fernsehgerät. "Gerade indem die sekundäre Ausbeutung auch das Bewußtsein, die Wünsche, Hoffnungen, Vorstellungen des Menschen ergreift, stellt sich wiederum ein enger Zusammenhang zwischen der primären Form der Ausbeutung und der sekundären her." ¹

1. Oskar Negt, Alexander Kluge; zitiert nach:
Kirche und Rundfunk, 28.2.76

Fernsehen als Fortsetzung einer Schichtarbeit, die etwas anderes kaum mehr zuläßt. - Zugleich kennzeichnet dieser Beitrag die Notwendigkeit medienkundlicher/medienkritischer Sendungen: "Das Wort vom 'mündigen Zuschauer' bleibt eine rührende Fiktion ..."¹

14.1.11 "Die zweite Stimme"

Presstext:

"... Neben dieser Darstellung der einzelnen Produktionsstationen wird in Einschüben auf folgende Fragen eingegangen: läßt sich ein Film wie ein Buch übersetzen? welche Möglichkeiten der Übertragung gibt es? was kann man eindeutschen, was nicht? wo sind der Synchronisation Grenzen gesetzt? was ist eine Originalfassung? was ist ein Film mit Primärton? ist das Original immer besser als die synchronisierte Fassung? was fällt beim Nachtexten unter den Tisch? wie weit kann der Synchronautor einen Film nachträglich verändern? wie frei oder wie gebunden ist man beim Synchronisieren? wer leiht wem seine Stimme? wo kommen die Sprecher her, und was müssen sie können? wer überhaupt profitiert vom Synchronisieren, und was hat der Zuschauer davon?"

Beobachtet werden die Synchronisationsarbeiten zu einer englischen ZDF-Vorabendserie ("Edgar Brix - Agent 0014"). "Keine Rede von den faktischen Markt- und Machtverhältnissen in der Branche."² Es gilt auch hier, was Ludwig Metzger formulierte: "Was über den Bildschirm kommt, ist eigentlich eine Sendung, die die Grenzen der Möglichkeiten für Fernsehkritik im Fernsehen aufzeigt."³

1. Badische Zeitung, 25.2.76

2. Kirche und Rundfunk, 15.5.76

3. Hörzu, Nr. 14, März 73

15. Fragebogen II

15.1 Funktion

Der Fragebogen II wurde Informanten der Zielgruppe ¹ von "betrifft: Fernsehen" vorgelegt, um Antworten zu erhalten auf die Fragen:

- können die Macher auf bereits vorhandenes Interesse aufbauen, oder wollen die Zuschauer (Zielgruppe!) keine medienkundlichen/medienkritischen Sendungen haben?
- sind die Sendungen sowohl von der Thematik, als auch von der Realisation für die beschriebene Zielgruppe interessant/verständlich genug?
- gelingt es den Machern, intendierte Absichten umzusetzen (Sensibilisierung der Zuschauer für fernsehspezifische Fragestellungen)?
- ist der Zuschauer (Zielgruppe!) überhaupt gewillt, sich um 19.30 Uhr "bilden zu lassen"?

15.2 Struktur

Der Fragebogen II teilte sich in zwei Komplexe auf. Teil 1 diente zur Überprüfung der Informanten als potentielle Zuschauer der Sendereihe; er gliederte sich in die Bereiche: ²

- Daten zur Person
- Angaben zum Fernsehverhalten
- Einordnung ins Programmangebot.

1. siehe hierzu: Anm. 3, S. 2

2. siehe hierzu: Anlage 5, S. 152 ff.

Drei der insgesamt 7 Fragen des Bereiches "Einordnung ins Programmangebot" waren offen, um die Informanten nicht zu prädisponieren.¹

Teil 2 des Fragebogens II gliederte sich in:²

- Globaleindruck
- Zielgruppe
- Verständlichkeit/Unverständlichkeit der Sendung
- Resonanz.

5.3 Methode

Die Form der schriftlichen Befragung wurde gewählt, um "ungleichmäßige Beteiligung der einzelnen Versuchspersonen",³ wie sie in Gruppendiskussionen zu beobachten ist, weitgehend auszuschließen. Zudem besteht auch bei homogener Zusammensetzung einer Diskussionsgruppe die Gefahr, daß "Kontrollen ins Spiel (kommen), die die Meinungen der je einzelnen färben oder unterdrücken".⁴

Bei der Formulierung der standardisierten Fragen wurde auf eine "Anpassung des Sprachlevels"⁵ geachtet, d.h. eine Anpassung an das Sprachniveau der Informanten. Dieser Aspekt gewinnt weitergehende Bedeutung für die

1. siehe hierzu: Anm. 3, S. 50

2. Von den 19 Fragen des Teiles waren 11 offen bzw. mit Begründungsangeboten versehen.

3. Werner Mangold, S. 232

4. ebd., S. 233

5. Peter Atteslander, Hans-Ulrich Kneubühler, S. 24

Auswertung der Aussagen. Es kann nur aufgrund der schriftlich fixierten Äußerungen auf ein "Verstehen" der jeweiligen Sendung geschlossen werden; etwaige Schwächen des Sprachgebrauches schränken die Aussagekraft der Ergebnisse aus den offenen Fragen ein.¹

Die Befragung der Informanten wurde an drei Terminen² in einem Seminarraum des ZDF (Mainz) durchgeführt und dauerte jeweils ca. 2 Std. (17 - 19 Uhr). Die Tests verliefen nach dem Schema:³

- Vorführung einer Sendung der Reihe "betrifft: Fernsehen",
- Vorlage des Fragebogens (Teil 2).⁴

15.4 Das Sample der Befragten

Der Fragebogen II wurde Informanten (Arbeitern, Büroangestellten in untergeordneten Tätigkeitsbereichen) einer Mainzer Firma vorgelegt. Die Auswahl der Personen

-
1. vergl. hierzu: Peter Atteslander, Hans-Ulrich Kneubühler, S. 50 f.; Erwin Scheuch, S. 77 ff.
 2. Termine der Befragung: 22., 23. und 26. April 76
 3. Während der ersten Sitzung wurde den Informanten für 3maliges Erscheinen eine Vergütung von DM 50,- zugesagt; ferner wurden sie über den Verlauf und den Zweck der Untersuchung informiert.
 4. Teil 1 des Fragebogens wurde jedem Informanten nur einmal vorgelegt.

übernahm die Pressereferentin dieser Firma nach den vorgegebenen Kriterien: ¹

- Alter; Vertreter der Altersgruppen 14 - 29 Jahre und 30 - 49 Jahre;
- Vorbildung; Volksschulbildung und evtl. berufliche Ausbildung;
- Geschlecht; Vertreter des männlichen und weiblichen Geschlechts;
- die Personen durften noch keinen direkten Kontakt zum ZDF gehabt haben.

Nähere Angaben über den Verlauf der Versuchsreihe wurden zunächst nicht gemacht. - Das Sample umfaßt insgesamt 12 Personen. ²

15.5 Begründung der Auswahl einzelner Sendungen

Die Auswahl der Sendungen aus der Reihe "betrifft: Fernsehen" erfolgte nach den Kriterien:

- welche Sendung halten die Macher der Sendereihe für gelungen, für beispielhaft?

Wie an anderer Stelle erwähnt, haben die Beiträge der medienkundlichen/medienkritischen Sendereihe "experimen-

-
1. Die Auswahlkriterien ergeben sich aus der Zielgruppenbeschreibung und den "Nutzungsdaten" der Sendereihe; der Auswahlmodus impliziert Imponderabilien, die sich jedoch aus organisatorischen Gründen nicht ausschalten ließen;
vergl. hierzu: Heinz Hartmann, S. 125 f.
 2. Anzahl aller Personen, die befragt wurden; die Zahl der Informanten zu einzelnen Beiträgen ist geringer; siehe hierzu: Anlage 4, S. 147 ff.

tellen" Charakter; es schien daher wichtig, Sendungen auszuwählen, die die Macher selbst für besonders gelungen und beispielhaft halten; beispielhaft in der didaktischen Aufbereitung und in der technischen Realisierung.

- gibt es Beiträge, die inhaltlich in etwa identisch sind, und die somit einen direkten Vergleich erlauben? Inhaltlich vergleichbare Sendungen sollten ausgewählt werden, um die Resonanz der Zuschauer auf verschiedene Vermittlungsformen überprüfen zu können. Eine Durchsicht der einzelnen Beiträge ergab, daß es keine Sendungen gibt, die diesem Kriterium Genüge tun.
- es dürfen nicht nur solche Beiträge ausgewählt werden, bei denen man mit großer Sicherheit Interesse beim Zuschauer voraussetzen kann (Zielgruppe!). ¹

1. Auf die Motivationsproblematik wurde an anderer Stelle hingewiesen; siehe hierzu: Motive für den Fernsehkonsum, S. 17 ff; "Das Gespräch mit dem Zuschauer", S. 31 ff; Projektforschung zu "betrifft: Fernsehen", S. 83

Ausgewählt wurden die Sendungen:

"Warum singt im Fernsehen niemand falsch?"

"Wie fern ist der Nahe Osten?"

"Das Geschäft mit den schönen Träumen"

15.6 Auswertung des Fragebogens II ¹

15.6.1 Teil 1

1. Zur Person - (Basis: 12)

1.1 Beruf

Als Beruf wurde angegeben: Drucker, Glaser, Lagerist, Kfm. Angestellter (2), Laborant, Glasmacher, Bürobote (5).

1.2 Alter ²

	abs.
14 - 29 Jahre	7
30 - 49 Jahre	5

Vier der befragten Personen sind männlichen, 8 weiblichen Geschlechts; 9 Informanten sind verheiratet, 3 ledig. Als Kinderzahl wurde in zwei Fällen 1 Kind genannt.

1.6 Schulen

	(Mehrfachnennung)
	abs.
Volksschule	12
Mittelschule	/
Gymnasium	1

1. Zur Form der Auswertung siehe: Struktur, S. 50 f.

2. Zusammenfassung von 1.2, 1.3 (Geschlecht), 1.4 (Familienstand), 1.5 (Kinder)

Zehn Informanten haben Volksschulabschluß, darüberhinaus einer die Mittlere Reife bzw. die sog. Hauswirtschaftliche Mittlere Reife. ¹

1.7 Lehre

Drei Versuchspersonen haben erfolgreich eine Lehre absolviert, 9 sind als angelernte Kräfte tätig.

2. Angaben zum Fernsehverhalten - (Basis: 12)

2.1 Wenn Sie fernsehen, tun Sie dies überwiegend

	abs.
allein	3
in Gesellschaft	9

2.2 Wieviel Stunden sehen Sie nach eigener Schätzung täglich fern?

	abs.
1/2 - 1 Std.	3
1 - 2 Std.	5
2 - 3 Std.	3
3 - 4 Std.	1
darüber	/

2.3 Wenn Sie nicht allein sehen, sprechen Sie dann während der Sendung mit Ihren "Mitsehern" über den Beitrag?

	abs.
nie	/
manchmal	7
oft	2
immer	3

1. Keine der befragten Personen hat die Frage 1.8 (Hochschule/Fachhochschule) positiv beantwortet.

2.4 Sprechen Sie nach einer Sendung über den gesehenen Beitrag?

	abs.
nie	/
manchmal	8
oft	1
immer	3

2.5 Sehen Sie öfter "Ratgebersendungen" ("Gesundheitsmagazin Praxis", "Ratgeber Technik" etc.)?

	abs.
ja	10
nein	2

3. Einordnung ins Programmangebot - (Basis: 12)

3.1 Was halten Sie von Sendungen im Fernsehen, in denen sich das Fernsehen selbst mit seinen Vorzügen und Schwächen, Zwängen und Möglichkeiten darstellt? (Medienkunde) ¹

	abs.
notwendig	3
interessant	2
weiß nicht	7

1. Da der Begriff "Medienkunde" ein sehr abstrakter Terminus ist, wurde versucht, eine vorstellbare Beschreibung für ihn einzuführen. Aus der hohen Zahl derer, die "weiß nicht" angekreuzt haben, geht hervor, daß "Medienkunde" ein Kunstbegriff ist, dessen Absichten die Rezipienten möglicherweise nicht erfassen;

siehe hierzu: Anm. 1, S. 106

3.2 Warum gibt es Ihrer Meinung nach Medienkunde im Fernsehen?

Neun Informanten gaben auf diese Frage keine Antwort; ¹ die abgegebenen Äußerungen lauten:

- "Damit sich die Leute das Elend in anderen Ländern ansehen."
- "Aus Informationsgründen."
- "Man möchte das Fernsehen und die Probleme der Sendungen kennenlernen."

3.3 Kennen Sie Beispiele für medienkundliche Sendungen?

Elf Versuchspersonen konnten keine Beispiele angeben; in einem Fall wurde "Auslandsjournal" und "Tagesschau" genannt.

3.4 Gibt es nach Ihrer Kenntnis eine ZDF - Sendereihe, die sich mit Medienkunde befaßt, oder nur ab und zu Einzelbeiträge? ²

	abs.
keine Antwort	7
Sendereihe	2
Einzelbeiträge	3

1. siehe hierzu: Anm. 1, S. 111

2. Bis zur Vorführung der ersten Sendung wußten die Informanten nicht, daß sie Beiträge einer Sendereihe zu sehen bekämen.

Ein Vergleich der Angaben mit denen zu 3.3 zeigt, daß offenbar Fehlmeldungen vorliegen; dennoch kann aufgrund der hohen Zahl derer, die keine Antwort gegeben haben, angenommen werden: "betrifft: Fernsehen" wird nicht eindeutig als Sendereihe erkannt.

3.5 Welche Themen würden Sie für eine medienkundliche
Sendung/Sendereihe besonders interessieren? ¹

abs.

keine Antwort	8
Antwort a	1
Antwort b	3

a) "Über die Leute des Landes"

b) "Technik"

3.6 Zu welcher Tageszeit wären Sie evtl. bereit, sich im
Fernsehen medienkundliche Sendungen anzusehen?

(Mehrfachnennung)

abs.

16 - 18 Uhr	1
18 - 19 Uhr	5
19 - 20.15 Uhr	5
20.15 - 21 Uhr	4
21 - 22 Uhr	/
22 - Sendeschluß	/

3.7 Angenommen, "auf dem anderen Kanal" läuft ein
unterhaltender Spielfilm (etwa um 19.30 Uhr), ent-
schieden Sie sich für

abs.

Unterhaltung	10
Medienkunde ²	1
keine Angabe	1

1. siehe hierzu: Anm. 1, S. 111

2. Die Nennung "Medienkunde" wurde kommentiert mit:
"Wenn nicht soviel Politik gesendet wird."

15.6.1.1 Wertung der Ergebnisse

Die Auswertung der Daten zur Person kennzeichnet die Informantengruppe als potentielle Zielgruppe der Sendereihe "betrifft: Fernsehen".¹ Zugleich verdeutlicht sie das "soziale Gefälle" zwischen Machern und Rezipienten, d.h. sie markiert krasse Unterschiede hinsichtlich sozialer Herkunft und Bildungsniveau.² Für die Redakteure der medienkundlichen/medienkritischen Sendereihe muß dies bedeuten: um nicht Sendungen für ihresgleichen zu produzieren, ist enger "Kontakt" zu möglichen Rezipienten erforderlich.³ - Das Fernsehverhalten entspricht in bezug auf die Dauer täglichen Fernsehkonsums etwa dem statistischen Mittel in der BRD.⁴ Interesse an medienkundlichen Sendungen kann nicht vorausgesetzt werden.⁵ Von

1. siehe hierzu: Anm. 3, S. 2

2. siehe hierzu: zur Person, S. 53 f.

3. siehe hierzu: Ausblicke auf denkbare Arbeitsformen, S. 78 ff.

4. siehe hierzu: Fernsehnutzung, S. 16 f.;
die Wirkung von Fernsehsendungen läßt sich nur abschätzen, wenn man mehr als bisher über die Rezeptionsstruktur der Zuschauer weiß. Das Kommunikationsverhalten der Rezipienten vor dem Bildschirm - als wesentlicher Bestandteil der Empfangssituation - ist weitgehend unbekannt;
vergl. hierzu: Hella Kellner; Fernsehen als Sozialisationsfaktor, S. 10 ff.

Die Ergebnisse dieser im Auftrag von ARD und ZDF durchgeführten Studie bestätigen, daß Fernsehkonsum den ohnehin beträchtlichen Schweigeanteil in den Familien zusätzlich erheblich erhöht.

Fragen zur Technik des Mediums abgesehen, müssen weitergehende Fragestellungen "künstlich" initiiert werden.¹ Die Präferenz für Fernsehunterhaltung macht das Einbringen von unterhaltenden Elementen notwendig. Tendenziell erlaubt die Sendezeit von "betrifft: Fernsehen" das Erreichen von Zuschauermehrheiten. Voraussetzung dazu ist allerdings eine massenattraktive Sendung, "denn die zur Zeit vor 20 Uhr angebotenen Krimi-, Familien- und Westernserien und andere sind massenattraktive Programme, was man von den 19.30 Uhr-Programmen des ZDF ab 1. Oktober 1973 nicht an allen Tagen sagen kann (Montag: politisches und kulturelles Feature ...)".²

15.6.2 "Warum singt im Fernsehen niemand falsch?"

4. Globaleindruck - (Basis: 8)

4.1 Wie beurteilen Sie die eben gesehene Sendung? (Mehrfachnennung)

abs.

langweilig	6
uninteressant	4
sagt viel Neues	1
interessant	1

1. siehe hierzu: Besprechung der Beiträge, S. 86 ff.

2. Bernward Frank, Dieter Schwarzenau; Das neue Programmschema des ZDF, S. 67

4.2 Würden Sie gern ähnliche Sendungen sehen?

Diese Frage wurde von allen Informanten mit "nein" beantwortet.

4.3 Würden Sie sich eine derartige Sendung noch einmal ansehen?

	abs.
ja	2
nein	6

Dieser Beitrag wurde der ersten Einschätzung zufolge überwiegend negativ beurteilt. Die Begründung hierfür liegt sicherlich nicht in der Thematik dieser Sendung, ¹ als vielmehr in deren Realisierung; häufige Wiederholungen (speziell gegen Ende der Sendung) dürften zu dem Urteil geführt haben, sich einen derartigen Beitrag nicht noch einmal anzusehen, bzw. eine derart gemachte Sendung mit anderer Thematik zu verfolgen. ²

5. Zielgruppe - (Basis: 8)

5.1 Für wen ist Ihrer Meinung nach die gesehene Sendung gemacht?

	(Mehrfachnennung)
	abs.
keine Antwort	3
für Zufallsseher ³	5
für die Jugend	1

1. siehe hierzu: 3.5, S. 113

2. siehe hierzu: Textbeilage 1, S. 160 ff.

3. Die Bezeichnung "Zufallsseher" faßt Angaben zusammen, die keine genauere Bestimmung einer Zuschauergruppe (z.B. Arbeiter) enthielten.

5.2 Fühlen Sie sich persönlich durch die eben gesehene
Sendung angesprochen?

Diese Frage wurde allgemein verneint.

5.3 Haben Sie bereits zu Hause Beiträge dieser Art
gesehen?

	abs.
ja	4
nein	4

Vergleicht man diese Angaben mit denen zu 3.3, so läßt sich vermuten, daß medienkundliche/medienkritische Sendungen nicht als solche erkannt werden. Vielmehr ist es denkbar, daß der Zuschauer (Zielgruppe!) eine Sendung über musik-technische Probleme in das Genre "musikalische Unterhaltung" einordnet.¹

5.4 Welche Schlüsse ziehen Sie für sich aus dem gesehenen
Beitrag?²

	abs.
keine Antwort	2
Antwort a	2
Antwort b	1
Antwort c	3

- a) "Die Darstellung der Technik war gut."
- b) "Es war interessant zu sehen, wie es beim Fernsehen zugeht."
- c) "Die Sendung war langweilig."

1. siehe hierzu: Wertung der Ergebnisse, S. 137 ff.

2. Diese Frage ist bewußt nicht "zweckgebunden" gestellt worden. Mit ihr sollten dominierende Einstellungen zur Sendung erfaßt werden.

6. Verständlichkeit/Unverständlichkeit der Sendung (Basis: 8)

6.1 Was wollte Ihrer Meinung nach die Sendung aussagen?

	abs.
keine Antwort	2
Antwort a	1
Antwort b	5

- a) "Daß nicht immer alles so läuft, wie es laufen soll."
b) "Zeigen, wie Musiksendungen gemacht werden."

6.2 Gab es Teile in der Sendung, die Sie inhaltlich nicht verstanden haben?

	abs.
ja	2
nein	4
keine Antwort	2

Von der Möglichkeit, die Antwort "ja" zu begründen,
wurde kein Gebrauch gemacht.

6.3 War der gesprochene Kommentar inhaltlich verständlich?

	abs.
ja	2
nein	/
zum größten Teil	5
nur zum Teil	1

6.4 Bitte geben Sie in Stichworten den Inhalt des gesprochenen Kommentars wieder.

	abs.
keine Antwort	7
Antwort a	1

- a) "Play-back-Sendungen werden nur in Deutschland gemacht; im Ausland live."

Nur in einem einzigen Fall wurden Angaben zum Inhalt des gesprochenen Kommentars gemacht; diese entsprechen nicht dem Inhalt, der im Film vermittelt wurde. ¹

Obwohl der größte Teil der Informanten angab, den Beitrag inhaltlich verstanden zu haben, ² konnten keine Angaben zum Inhalt des Kommentars gemacht werden. ³

6.5 Wurden in der Sendung inhaltliche Zusammenhänge deutlich?

	abs.
ja	2
nein	1
zum größten Teil	3
nur zum Teil	2

Die überwiegend positive Bewertung der Darstellung inhaltlicher Zusammenhänge (etwa Perfektionszwang - künstlerischer "Spielraum") verliert angesichts der Ergebnisse aus 6.4 an Gewicht. ⁴

6.6 Hielten Sie es für wünschenswert, wenn inhaltliche Zusammenhänge deutlicher kenntlich gemacht würden (zum Beispiel durch Schaubilder)?

	abs.
ja	5
nein	2
keine Antwort	1

1. siehe hierzu: Textbeilage 1, S. 189 f.

2. siehe hierzu: 6.1, 6.2, S. 118

3. siehe hierzu: Wertung der Ergebnisse, S. 137 ff.

4. ebd.

6.7 Erinnern Sie sich an die Inhalte der Schrift-
einblendungen? Bitte geben Sie die Inhalte in Stich-
worten an. ¹

	abs.
keine Antwort	2
Antwort a	5
Antwort b	1

- a) "Warum singt im Fernsehen niemand falsch?"
- b) "Gesangsaufnahme"

6.8 Welcher Teil der Sendung gefiel Ihnen überhaupt nicht?

	abs.
keine Antwort	2
Antwort a	5
Antwort b	1

- a) "Die ständigen Wiederholungen" ²
- b) "Zu wissen, daß kein Sänger vor Publikum selbst singt,
daß kein Musiker selbst spielt."

6.9 Welcher Teil der Sendung gefiel Ihnen am besten?

	abs.
keine Antwort	3
Antwort a	4
Antwort b	1

- a) "Die Musik"
- b) "Caterina Valente"

1. siehe hierzu: Wertung der Ergebnisse, S. 122
2. siehe hierzu: 4.3, S. 116

7. Resonanz - (Basis: 8)

7.1 Falls Sie schon mehrere Beiträge der Reihe "betrifft: Fernsehen" gesehen haben, sehen Sie eine inhaltliche Verbindung der eben gesehenen Sendung mit anderen Sendungen dieser Reihe? ¹

abs.

ja	/
nein	5
keine Antwort	3

Von der Möglichkeit, die Antwort zu begründen, wurde kein Gebrauch gemacht.

7.2 Angenommen, Sie sähen regelmäßiger medienkundliche Sendungen im Fernsehen, glauben Sie, daß dies Ihr Fernsehverhalten ändern könnte? ²

abs.

ja	2
nein	4
keine Antwort	2

Von der Möglichkeit, die Antwort zu begründen, wurde kein Gebrauch gemacht.

7.3 Finden Sie, daß Medienkunde - wenn überhaupt - in der gesehenen Form gesendet werden sollte? ³

abs.

ja	2
nein ⁴	4
keine Antwort	2

1. siehe hierzu: 3.3, 3.4, S. 112

2. siehe hierzu: 2.3, S. 60

3. siehe hierzu: 4.1, S. 115

4. Erklärungen: "langweilig", "gefällt mir nicht" (2)

5.6.2.1 Wertung der Ergebnisse ¹

Dominierende Erfahrung aus dem Test zu "Warum singt im Fernsehen niemand falsch?" ist: die Sendung ist für einen medienkundlichen/medienkritischen Beitrag, der ja nicht ausschließlich "genossen" werden soll, zu verworren, zu unklar in Gliederung und Aufbau. Es ist daher denkbar, daß die Sendung keinen "Gebrauchswert" ² für die Rezipienten hat. Die Macher des Films sind trotz eines offenbar ansprechenden Themas ³ an der Realisierung gescheitert; im Bemühen, alles Wissenswerte über "playback"-Verfahren zu zeigen, verloren sie konkrete "Lernziele" aus den Augen. Die Schrifteinblendungen dienten nicht als "Gedankenstütze". - Wiederholungen und monotoner Kommentar haben die Einschätzung "langweilig" zur Folge. Die Sendungsabsicht ⁴ wurde nur teilweise erkannt; es gibt in den Antworten keinen Hinweis darauf, daß kritische Bemerkungen des Autors aufgenommen wurden. ⁵

-
1. Die Wertung der Ergebnisse kann undifferenziert erscheinen. Die Größe des Samples läßt es jedoch (neben evtl. "sprachlichen Barrieren" bei der Formulierung einer Antwort; S. 105 f.) lediglich zu, von "Orientierungspunkten" zu sprechen. Ein Anspruch auf Repräsentativität wird nicht erhoben; Widersprüche sind denkbar.
 2. "Gebrauchswert" verstanden als: die Möglichkeit, das Gesehene auf andere Sendungen/fernsehspezifische Phänomene zu übertragen, das "Erlernte" als Beurteilungskriterium griffbereit zu haben.
 3. siehe hierzu: 3.5, S. 113
 4. siehe hierzu: "Warum singt im Fernsehen niemand falsch?", S. 93 f.
 5. Die Zahl der Informanten, die Begründungsangebote nicht wahrnahmen, ist bei diesem Test relativ hoch; zum "Akklimatisierungs"-Problem vergl.: Peter Atteslander, Hans-Ulrich Kneubühler, S. 53 f.

15.6.3 "Wie fern ist der Nahe Osten?"

4. Globaleindruck - (Basis: 6)

4.1 Wie beurteilen Sie die eben gesehene Sendung?

(Mehrfachnennung)

abs.

leicht verständlich	1
sachlich	1
interessant	5
politisch	1
sagt viel Neues	1

4.2 Würden Sie gern ähnliche Sendungen sehen?

Diese Frage wurde von allen Informanten mit "ja" beantwortet.

4.3 Würden Sie sich eine derartige Sendung noch einmal ansehen?

Diese Frage wurde allgemein bejaht.

Im Gegensatz zur überwiegend negativen Bewertung des ersten Beitrages fällt die eindeutig positive Aufnahme dieser Sendung auf. Die klare Gliederung ("Wegweiserfunktion" in der Sendung) und die eindeutige Formulierung von "Lernzielen" sowie ein gewisser "exotischer Reiz" dürften hierfür verantwortlich sein.¹

1. siehe hierzu: Textbeilage 2, S. 205 ff.

5. Zielgruppe - (Basis: 6)

5.1 Für wen ist Ihrer Meinung nach die ~~gesehene~~ Sendung gemacht?

(Mehrfachnennung)

abs.

für Politiker	4
für Zufallsseher ¹	5
für diejenigen, die	1
sich für "Welt- probleme" interessieren	

5.2 Fühlen Sie sich persönlich durch die eben ~~gesehene~~ Sendung angesprochen?

abs.

ja	3
nein	3

5.3 Haben Sie bereits zu Hause Beiträge dieser Art gesehen? ²

abs.

ja	5
nein	1

5.4 Welche Schlüsse ziehen Sie für sich aus dem eben ~~gesehenen~~ Beitrag? ³

1. Die Bezeichnung "Zufallsseher" faßt Angaben zusammen, die keine genauere Bestimmung einer Zuschauergruppe (z.B. Arbeiter) enthielten.

2. siehe hierzu: 5.3, S. 117; Wertung der Ergebnisse, S. 137 ff.

3. siehe hierzu: Anm. 2, S. 117

Ein Informant äußerte sich nicht; als Antworten wurden genannt:

- a) "Ein verständlicher Film über die Not des Landes, die Politik des Landes." ¹
- b) "Ich finde die Sendung sehr interessant; man sieht und hört etwas aus der Welt; man sieht, wie andere Menschen leben." ²
- c) "Sehr lehrreich" (3)

6. Verständlichkeit/Unverständlichkeit der Sendung (Basis: 6)

6.1 Was wollte Ihrer Meinung nach die Sendung aussagen?

Ein Informant äußerte sich nicht; als Antworten wurden genannt:

- a) "Information über die Arbeit des ZDF"
- b) "Bericht über das Leben fremder Menschen; über die Schwierigkeit der Berichterstattung aus fremden Ländern."
- c) "Die Menschen in Deutschland sollen sehen, wie es in anderen Ländern zugeht und sich Gedanken über ihre Mitmenschen machen." ³
- d) "Zeitdruck, Schwierigkeiten bei den Aufnahmen zu einer Reportage." (2)

6.2 Gab es Teile in der Sendung, die Sie inhaltlich nicht verstanden haben?

1. siehe hierzu: Wertung der Ergebnisse, S. 137 ff.

2. ebd.

3. ebd.

	abs.
ja ¹	1
nein	5

6.3 War der gesprochene Kommentar inhaltlich verständlich?

	abs.
ja	5
nein	/
zum größten Teil	1
nur zum Teil	/

6.4 Bitte geben Sie in Stichworten den Inhalt des gesprochenen Kommentars wieder. ²

	abs.
keine Antwort	5
Antwort a	1

a) "Politische Einstellung des Berichterstatters, Revierbeanspruchung"

6.5 Wurden in der Sendung inhaltliche Zusammenhänge deutlich? ³

	abs.
ja	3
nein	/
zum größten Teil	3
nur zum Teil	/

1. Erklärung: "Man sollte über die Lage in den Gebieten genauer berichten."

2. siehe hierzu: 6.4, S. 118 f.; Wertung der Ergebnisse, S. 137 ff.

3. siehe hierzu: 6.5, S. 119; Wertung der Ergebnisse, S. 129 f.

6.6 Hielten Sie es für wünschenswert, wenn inhaltliche Zusammenhänge deutlicher kenntlich gemacht würden (zum Beispiel durch Schaubilder)?

	abs.
ja	5
nein	1

6.7 Erinnern Sie sich an die Inhalte der Schrifteinblendungen? Bitte geben Sie die Inhalte in Stichworten an. ¹

Zwei Informanten äußerten sich nicht; als Antworten wurden genannt:

- a) "Persönlicher Standpunkt", "Zeitdruck"
- b) "Telefonverbindung", "Selbstdarstellung", "persönliche Einstellung des Berichterstatters", "soziale Stellung", "Zeitdruck" (2)
- c) "Metlitzky"

6.8 Welcher Teil der Sendung gefiel Ihnen überhaupt nicht?

	abs.
keine Antwort	5
Antwort a	1

a) "Der Teil mit dem Krankenhaus gehört nicht in die Sendung."

6.9 Welcher Teil der Sendung gefiel Ihnen am besten?

Als Antworten wurden genannt:

- a) "Der Teil über den Staatsbesuch Sadats" (5)
- b) "Daß man die Wahrheit sagt über den Prunk in der oberen Gesellschaft."

1. siehe hierzu: Wertung der Ergebnisse, S. 129

7. Resonanz - (Basis: 6)

7.1 Falls Sie schon mehrere Beiträge der Reihe "betrifft: Fernsehen" gesehen haben, sehen Sie eine inhaltliche Verbindung der eben gesehenen Sendung mit anderen Sendungen dieser Reihe? ¹

abs.

ja	3
nein	1
keine Antwort	2

Von der Möglichkeit, die Antwort zu begründen, wurde kein Gebrauch gemacht.

7.2 Angenommen, Sie sähen regelmäßiger medienkundliche Sendungen im Fernsehen, glauben Sie, daß dies Ihr Fernsehverhalten ändern könnte? ²

abs.

ja ³	2
nein	4

7.3 Finden Sie, daß Medienkunde - wenn überhaupt - in der eben gesehenen Form gesendet werden sollte?

1. siehe hierzu: 5.3, S. 124; Wertung der Ergebnisse, S. 137 ff.

2. siehe hierzu: 2.3, S. 60

3. Erklärungen: "Man kann viel aus anderen Ländern lernen (Sitten, Gebräuche etc.)." "Man bekommt Einsicht in Weltprobleme."

	abs.
ja ¹	5
nein	1

15.6.3.1 Wertung der Ergebnisse ²

Zu Beginn, während und gegen Ende der Sendung werden Schrifttafeln eingeblendet (ca. 120 Sek.), die eine Art Inhaltsverzeichnis darstellen, zugleich aber strukturierende Funktion übernehmen. ³ Dem Rezipienten erleichtert dies ein Verfolgen des Beitrages; darüber hinaus ist es denkbar, daß er sich anhand des "Stichwortkatalogs" eher die gesehene Information vergegenwärtigen kann. Im Gegensatz zum zuerst vorgeführten Beitrag, in dem dieses Hilfsmittel recht unmotiviert eingesetzt wurde, haben die Schrifteinblendungen eine "tragende" Rolle übernommen. - Die Fragen, die in diesem Beitrag aufgeworfen werden, münden in dem neuralgischen Punkt: wie objektiv können Nachrichten (Korrespondentenberichte) sein? Von dem Zuschauer wird ein hohes Maß an Abstraktionsfähigkeit verlangt; Hinweise darauf, daß sie geleistet wurde, lassen sich aus den Ergebnissen nicht entnehmen. Die Schwierigkeiten, mit denen ein Auslandskorrespondent zu leben hat, schienen dermaßen zu beeindrucken, daß das eigentliche Anliegen dieser Sendung,

-
1. Erklärungen: "Sehr lehrreich"; "Interessierte sehen sich solche Sendungen an; man sollte sich inhaltlich deutlicher ausdrücken." "Ich finde es gut, weil man Land und Leute so besser beurteilen kann."
 2. siehe hierzu: Anm. 1, S. 122
 3. siehe hierzu: Textbeilage 2, S. 205 ff.

nämlich die "Wahrheitstreue" der Berichterstattung in Frage zu stellen, nicht erkannt wurde.

15.6.4 "Das Geschäft mit den schönen Träumen"

4. Globaleindruck - (Basis: 9)

4.1 Wie beurteilen Sie die eben gesehene Sendung?

(Mehrfachnennung)

abs.

leicht verständlich	1
sachlich	1
interessant	3
verworren	7
locker	5
sagt viel Neues	1
sagt nichts Neues	1

4.2 Würden Sie gern ähnliche Sendungen sehen?

abs.

ja	4
nein	5

4.3 Würden Sie sich eine derartige Sendung noch einmal ansehen?

abs.

ja	3
nein	6

Satirische Passagen, deren Verständnis teilweise Vorkenntnisse über das Medium Fernsehen erfordern, lösten bei den Informanten Verwirrung aus. ¹

1. siehe hierzu: Textbeilage 3, S. 247 ff.

5. Zielgruppe - (Basis: 9)

5.1 Für wen ist Ihrer Meinung nach die gesehene Sendung gemacht?

(Mehrfachnennung)

abs.

für Zufallsseher ¹	3
für Leute, die unterhalten werden wollen	5
für Arbeiter, die daraus lernen wollen	4

5.2 Fühlen Sie sich persönlich durch die eben gesehene Sendung angesprochen?

abs.

ja ²	6
nein	3

5.3 Haben Sie bereits zu Hause Beiträge dieser Art gesehen? ³

abs.

ja	3
nein	6

-
1. Die Bezeichnung "Zufallsseher" faßt Angaben zusammen, die keine genauere Bestimmung einer Zuschauergruppe (z.B. Arbeiter) enthielten.
 2. In der Sendung wirkt eine Arbeitergruppe mit, die offensichtlich als Identifikationsmöglichkeit genutzt wurde;
siehe hierzu: Ausblicke auf denkbare Arbeitsformen, S. 79 f.
 3. siehe hierzu: 5.3, S. 124; Wertung der Ergebnisse, S. 137 ff.

5.4 Welche Schlüsse ziehen Sie für sich aus dem eben gesehenen Beitrag? ¹

Fünf Informanten äußerten sich nicht; als Antworten wurden genannt:

- a) "Kritischer fernzusehen"
- b) "Ich finde die Sendung ganz gut; man kann hinter die Kulissen sehen."
- c) "Sachlich gut"
- d) "Sehr interessant"

6. Verständlichkeit/Unverständlichkeit der Sendung (Basis: 9)

6.1 Was wollte Ihrer Meinung nach die Sendung aussagen?

Drei Informanten äußerten sich nicht; als Antworten wurden genannt:

- a) "Die Sänger sind nur auf Geschäft aus; das Publikum will lieber Unterhaltungssendungen sehen als andere Dinge."
- b) "Wie es beim Fernsehen wirklich ist."
- c) "Sie wollte nur unterhalten." ²
- d) "Sie wollte die Aufnahmetechnik zeigen." ³
- e) "Sie wollte zeigen, daß Unterhaltungssendungen nicht so einfach herzustellen sind; jeder muß sehen, wie er sein Geld verdient; das Glück fällt keinem in den Schoß." ⁴
- f) "Die Sendung wollte verständlich machen, wie schwer es

1. siehe hierzu: Anm. 2, S. 117

2. siehe hierzu: Wertung der Ergebnisse, S. 136 f.

3. ebd.

4. ebd.

ist, den Geschmack des Publikums zu treffen." ¹

6.2 Gab es Teile in der Sendung, die Sie inhaltlich nicht verstanden haben?

	abs.
ja ²	5
nein	4

6.3 War der gesprochene Kommentar inhaltlich verständlich?

	abs.
ja	2
nein	/
zum größten Teil	5
nur zum Teil	2

6.4 Bitte geben Sie in Stichworten den Inhalt des gesprochenen Kommentars wieder. ³

	abs.
keine Antwort	7
Antwort a	1
Antwort b	1

a) "Ablenkung von täglichen Problemen durch Unterhaltungssendungen."

b) "Die Leute wollen Unterhaltung."

6.5 Wurden in der Sendung inhaltliche Zusammenhänge deutlich? ⁴

1. siehe hierzu: Wertung der Ergebnisse, S. 136 f.

2. Erklärung: "viele"

3. siehe hierzu: 6.4, S. 126; Wertung der Ergebnisse, S. 137 ff.

4. siehe hierzu: 6.5, S. 126; Wertung der Ergebnisse, S. 136 f.

	abs.
ja	2
nein	/
zum größten Teil	3
nur zum Teil	4

6.6 Hielten Sie es für wünschenswert, wenn inhaltliche Zusammenhänge deutlicher kenntlich gemacht würden (zum Beispiel durch Schaubilder)?

	abs.
ja	7
nein	2

6.7 Erinnern Sie sich an die Inhalte der Schrifteinblendungen? Bitte geben Sie die Inhalte in Stichworten an. ¹

Zwei Informanten äußerten sich nicht; als Antworten wurden genannt:

- a) "Udo Jürgens"
- b) "ZDF-Moderator Rainer Holbe", Dieter Thomas Heck", "Hallervorden"; "Träume, die bezahlt werden, werden niemals Wirklichkeit."
- c) "play-back"
- d) "Michael Holm", "Udo Jürgens", "Name gelöscht" (3)
- e) "Hitparade ZDF"

6.8 Welcher Teil der Sendung gefiel Ihnen überhaupt nicht?

	abs.
keine Antwort	3
Antwort a	5
Antwort b	1

1. siehe hierzu: Wertung der Ergebnisse, S. 137 ff.

- a) "Die Teile mit Wallervorden; er soll das, was er meint, den Leuten doch klar sagen." ¹
 b) "Der Teil mit Udo Jürgens"

6.9 Welcher Teil der Sendung gefiel Ihnen am besten?

abs.

keine Antwort	2
Antwort a	2
Antwort b	5

- a) "Die ehrlichen Antworten der Künstler."
 b) "Die Musik"

7. Resonanz - (Basis: 9)

7.1 Falls Sie schon mehrere Beiträge der Reihe "betrifft: Fernsehen" gesehen haben, sehen Sie eine inhaltliche Verbindung der eben gesehenen Sendung mit anderen Sendungen dieser Reihe? ²

abs.

ja ³	2
nein ⁴	7

1. siehe hierzu: 4.3, S. 130

2. siehe hierzu: 3.3, 3.4, S. 112; Wertung der Ergebnisse, S. 137 ff.

3. Erklärung: "Alle diese Beiträge wollen, daß man bestimmte Sendungen kritischer sieht."

4. Erklärung: "So etwas habe ich mir im Fernsehen noch nie angesehen."

7.2 Angenommen, Sie sähen regelmäßiger medienkundliche Sendungen im Fernsehen, glauben Sie, daß dies Ihr Fernsehverhalten ändern könnte? ¹

	abs.
ja	1
nein	8

Von der Möglichkeit, die Antwort zu begründen, wurde kein Gebrauch gemacht.

7.3 Finden Sie, daß Medienkunde - wenn überhaupt - in der eben gesehenen Form gesendet werden sollte?

	abs.
ja ²	3
nein	6

15.6.4.1 Wertung der Ergebnisse ³

Die satirischen Passagen der Sendung wurden von den Zuschauern nicht verstanden, ihre Inhalte konnten nicht "übersetzt" werden. Die Sendungsabsicht (das Aufzeigen von gesellschaftspolitischen Implikationen in der Fernsehunterhaltung) wurde nur fragmentarisch erkannt; das Interesse der Testgruppe kreiste eher um Fragen, die

1. siehe hierzu: 2.3, S. 60

2. Erklärungen: "Damit man darüber informiert ist, was hinter der Bühne geschieht." "Mir gefällt im großen und ganzen die Sendung (außer Hallervorden)." "Ich fand die Sendung gut, aber etwas ausführlicher wäre besser."

3. siehe hierzu: Anm. 1, S. 122

mögliche Produktionstechniken und Probleme "ihrer" Stars aufgriffen.¹ Die beteiligte Arbeitergruppe, die offenbar als Identifikationsmöglichkeit genutzt wurde, trug nicht dazu bei, das "Interessen-Defizit" zu kompensieren.² - "Das Geschäft mit den schönen Träumen" geriet zu einer sehr "akademischen" Sendung, deren Adressaten sicherlich weniger in der Zielgruppe von "betrifft: Fernsehen" zu finden sind.

.6.5 Wertung der Ergebnisse³

Wie in den meisten Untersuchungen, deren Gegenstand das "Verstehen" von Fernsehinformation ist, lassen sich auch in den Tests zu einzelnen Sendungen der Reihe "betrifft: Fernsehen" Tendenzen erkennen, die Dieter Baacke mit den Worten beschreibt: "Es hat sich gezeigt, daß der Fernsehzuschauer im Gegensatz zum Rundfunkhörer gar nicht bemerkt, daß er die Tendenz eines Beitrages, seine Absicht und den auf diese hinführenden Zusammenhang nicht aufgefaßt hat. ... Der Fernsehzuschauer erfaßt und behält gut das Detail, nicht aber seinen Ort im Gesamtgefüge der Aussage."⁴ Dementsprechend gilt für Beiträge der medien-

1. siehe hierzu: 6.1, S. 132

2. Die Begründung hierfür ist in der Person des Sprechers der Arbeitergruppe zu finden; er dominiert die Gruppe und stellt zudem ein "Gedankengebäude" vor, das in seiner Komplexität nicht im "Vorübergehen" aufgenommen oder gar verstanden werden kann (Zielgruppe!).

3. siehe hierzu: Anm. 1, S. 122

4. Dieter Baacke, zitiert nach: Ulrich Kurowski, S. 44

kundlichen/medienkritischen Sendereihe:

- obwohl sich der Zuschauer für informiert hält, glaubt, den gesprochenen Kommentar verstanden zu haben, ist er dennoch nicht in der Lage, die betreffenden Inhalte zu reproduzieren; ¹
- "betrifft: Fernsehen" wird von den Zuschauern der Zielgruppe dieser Sendereihe nicht als solche erkannt; Einzelbeiträge werden eher dem Genre zugeordnet, aus dem das Thema der jeweiligen Sendung entnommen ist.

In seinem Beitrag "Wie informiert das Fernsehen?" ² spricht Bernward Wember von einem "Durchlauferhitzer-Effekt" und meint damit: die Informationsflut im Fernsehen "vernebelt" Erkenntnismöglichkeiten. Gesteigert wird dieser Effekt durch einen Einsatz fernsehtechnischer Möglichkeiten, der nur als planlos, als "Augenkitzel" angesprochen werden kann. "Fernsehspezifisch" heißt für viele Macher: Informationen bebildern; ³ bebildern nicht etwa mit Grafiken oder Superzeichen ⁴ - dies scheint nur dann denkbar, wenn nichts "Besseres" möglich ist - sondern mit bewegten Bildern. Kommen schließlich noch unmotiviert eingesetzte Schrifteinblendungen hinzu, so entsteht ein Informationsblock, der ursprüngliche Intentionen verdeckt und ein "Verstehen" der jeweiligen Sendung in ihrer Gesamtheit verhindert. Für den Aspekt "Wirkungsmöglichkeit" ⁵ bleibt kein Raum, denn "die Flut medialer Ein-

1. siehe hierzu: Methode, S. 105 f.

2. Bernward Wember; Wie informiert das Fernsehen?; ZDF, 11.12.75

3. "Mehrdimensional" aufbereitete Information ist selbstverständlich nicht generell abzulehnen; die Kritik richtet sich ausschließlich gegen "asynchrone" Verwendung einzelner Elemente.

4. Die Ergebnisse aus den Untersuchungseinheiten zeigen, daß Grafiken und Superzeichen durchaus erwünscht sind.

5. siehe hierzu: Zusammenfassung, S. 71 f.

drücke führt dazu, daß viele Fernsehzuschauer bereits nach wenigen Tagen nur noch Fetzen von dem wiedergeben können, was sie gesehen haben".¹ Um eine Neutralisierung medienkundlicher/medienkritischer Absichten zu verhindern, scheint es notwendig, der Sendereihe ein "Gesicht" zu geben, d.h. typische, wiederer erkennbare Elemente zu entwickeln.²

16. Resümee

Auf die Gefahr hin, Selbstverständlichkeiten zu wiederholen: Fernsehen findet nicht außerhalb der Gesellschaft, sondern in ihr und für sie statt. Da die Anstalten Monopolcharakter haben, sind sie mehr als andere öffentlich-rechtliche Institutionen verpflichtet, Auskunft über ihre Absichten und Einblick in ihre Struktur zu geben. "Allgemeine" Berichterstattung, zu der die Rundfunk- und Fernsehanstalten laut Programmauftrag verpflichtet sind, schließt Information über die Anstalten selbst ein: über Vorgänge, die zu Programmentscheidungen führen, über Möglichkeiten und Zwänge bei der Programmproduktion. Geschieht das? Das ZDF berichtet - trotz aller hoffnungsvollen Versuche - nur unvollständig und halbherzig über sich selbst. Der Wunsch der Redakteure, einzelne Programme kritisch zu untersuchen, stößt auf Ablehnung, die Idee, bestimmte Programmentscheidungen und interne Vorgänge zur Diskussion zu stellen, auf Widerstand.

1. Ulrich Reyher, S. 19

2. siehe hierzu: Ausblicke auf denkbare Arbeitsformen, S. 78 ff.

Anlage 1

Fragebogen I

1. Zur Person

- 1.1 Alter (20-30, 31-40, 41-50, 51-65)
- 1.2 Konfession
- 1.3 Beruf des Vaters
der Mutter
- 1.4 Ausbildungsweg
- 1.4.1 Grundschule Realschule Gymnasium sonstige
- 1.4.2 Hochschule/Fachhochschule
- 1.4.2.1 Falls ja, Abschluß?
- 1.5 Berufsweg
- 1.5.1 Wie zum Fernsehen gekommen?
- 1.5.2 In welche Abteilung?
- 1.5.3 Seit wann arbeiten Sie in der medienkundlichen
Redaktion des ZDF?
- 1.6 Arbeitsverhältnis
- 1.6.1 freier Mitarbeiter
- 1.6.2 Angestellter
- 1.6.3 Arbeiten Sie nur für die medienkundliche
Redaktion oder auch für andere Redaktionen des
ZDF?
- 1.6.4 An wievielen Sendungen der Reihe "betrifft:
Fernsehen" waren Sie beteiligt?
- 1.6.5 Sind Sie ausschließlich für das ZDF tätig?
- 1.6.5.1 Falls nein, wo außerdem?
- 1.7 Mitglied einer Partei
- 1.8 Mitglied in einer Gewerkschaft/in einem Berufs-
verband
- 1.8.1 Falls ja, welcher/welches?
- 1.9 Halten Sie die Mitgliedschaft in einer Gewerk-
schaft/in einem Berufsverband für wichtig?
- 2. Einschätzung der eigenen Person als Fernsehmitarbeiter
- 2.1 Welchen Thesen würden Sie zustimmen?
- 2.1.1 Es ist die Aufgabe eines Fernsehjournalisten,
Inhalte wertfrei zu übermitteln.

- 2.1.2 Wertfreiheit gibt es nicht. Dennoch muß der Inhalt der einzelnen Sendung so erscheinen, weil dies erwartet wird.
- 2.1.3 Ich bringe meine persönliche Position in meiner Arbeit zum Ausdruck.
- 2.2 Bewerten Sie die folgenden Begriffe mit Zahlen der Werteskala 1-10.
- 2.2.1 Ausgewogenheit
- 2.2.2 Objektivität
- 2.2.3 Wertfreiheit
- 2.2.4 Verständlichkeit
- 2.2.5 Unterhaltsamkeit
- 2.3 Glauben Sie als PS-Mitarbeiter an einen medienkundlichen Sendereihe Einfluß auf das Rezeptionsverhalten der Zuschauer zu haben?
- 2.4 Welche Bedeutung hat für Sie die Arbeit mit theoretischer Lektüre bei der Vorbereitung einer Sendung der Reihe "betrifft: Fernsehen"?
- 2.5 Die gezeigte Skala soll den Grad der Wichtigkeit, den Sie der theoretischen Information beimessen, angeben.
- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
3. Zu den Arbeitsbedingungen der Redaktion Medienkunde
- 3.1 Halten Sie die Organisationsform der Hauptredaktion Kultur (Medienkunde!) im ZDF für günstig?

- 3.2 Ist Ihrer Meinung nach die Redaktion Medienkunde im ZDF in ihren Entscheidungen weitgehend unabhängig?
- 3.2.1 gegenüber der Programmdirektion?
- 3.2.2 gegenüber der Intendanz?
- 3.2.3 gegenüber den Aufsichtsgremien?
- 3.3 Bestehen bezüglich der Richtlinien, unter denen Sie arbeiten, Differenzen zwischen Ihrem Selbstverständnis und dem, was das ZDF von Ihnen erwartet?
- 3.4 Gibt es Ihrer Meinung nach bezüglich der Themenauswahl für "betrifft: Fernsehen" Tabus?
- 3.4.1 Falls ja, welche?
- 3.5 Gibt es Ihrer Meinung nach bezüglich der Themenauswahl Pressionen?
- 3.5.1 Falls ja, welche?
4. Zur Redaktionsarbeit
- 4.1 Wer trifft die Entscheidung, ob ein bestimmtes Thema gewählt wird?
- 4.2 Nach welchen Kriterien wird Ihrer Meinung nach die Programmplanung in der Redaktion Medienkunde gehandhabt?

- 4.3 Halten Sie die Sendereihe "betrifft: Fernsehen" für medienkritisch?
 - 4.3.1 Begründung
- 4.4 Halten Sie die genannte Sendereihe für eine PR-Veranstaltung?
 - 4.4.1 Begründung
- 4.5 Welche Änderungsvorschläge an der Konzeption der Sendereihe "betrifft: Fernsehen" hätten Sie zu machen?
- 4.6 Wen glauben Sie will die Sendereihe erreichen?
 - 4.6.1 Medienkundler/Journalisten
 - 4.6.2 Lehrer
 - 4.6.3 am Fernsehen Interessierte
 - 4.6.4 Zufallspublikum, d.h. Zuschauer, die keine besondere Programmauswahl treffen
 - 4.6.5 Zuschauer, die unterhalten werden wollen
 - 4.6.6 Zuschauer, die Informationen erwarten
 - 4.7 Glauben Sie, daß die Redaktion Medienkunde des ZDF gegenüber anderen medienkundlichen Redaktionen, z.B. der "Glashaus"-Redaktion des WDR unter Zugzwang arbeitet?
 - 4.7.1 Begründung
- 4.8 Glauben Sie, daß es Absprachen bezüglich zu behandelnder Themen mit anderen Redaktionen des ZDF/mit anderen Sendern gibt?
 - 4.8.1 Falls ja, welche?

- 4.9 An welcher Position orientieren Sie sich in
Zweifelsfällen?
- 4.10 Woher beziehen Sie hauptsächlich Ideen für die
Themen, die Sie vorschlagen?
- 4.10.1 Zeitung/Zeitschrift
- 4.10.2 andere Medien
- 4.10.3 Informationsdienste
- 4.10.4 aus dem eigenen Haus/den Umständen der eigenen
Tätigkeit
- 4.10.5 sonstige Quellen

Der vorliegende Fragebogen soll Aufschluß über die Zusammensetzung der medienkundlichen Redaktionen beim ZDF sowie (in entsprechend abgeänderter Form) beim WDR geben. Der Fragebogen dient ausschließlich wissenschaftlichen Zwecken. Die abgegebenen Angaben werden so behandelt, daß ein Rückschluß auf einzelne Personen nicht möglich ist. ¹

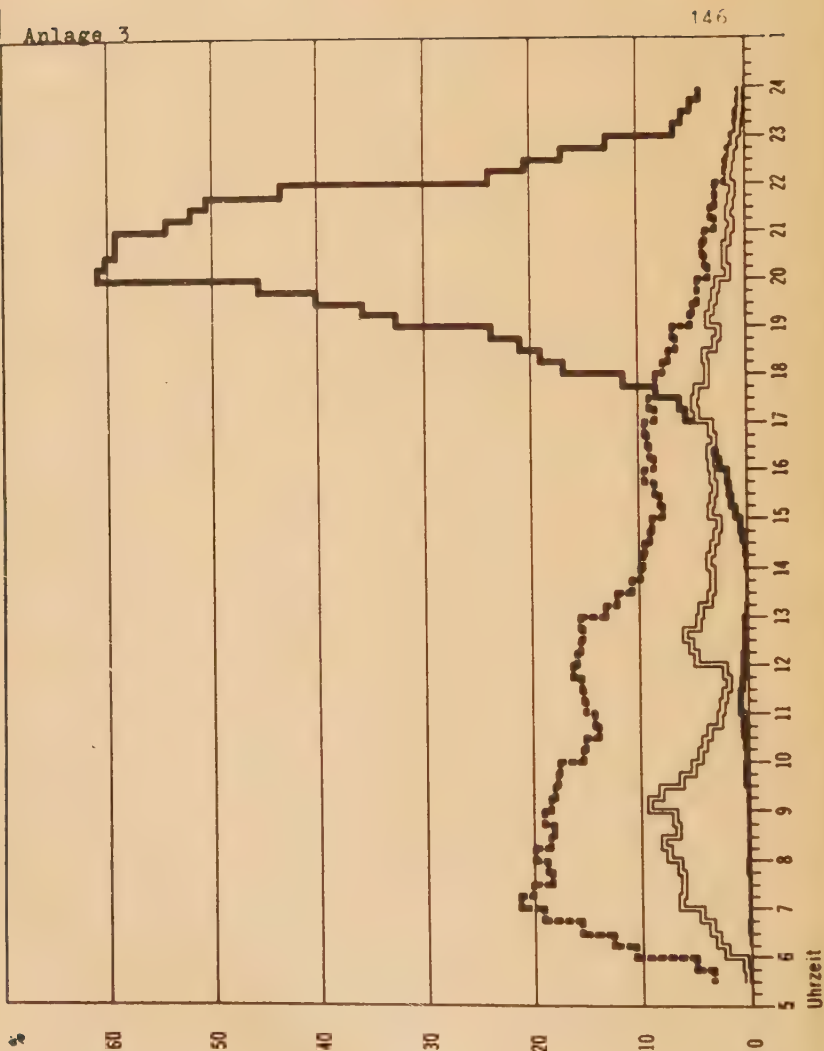
1. Über die Unmöglichkeit, diese Maxime generell einzuhalten, war sich der Verfasser bei der Formulierung bewußt.

Programmdirektion		Chefredaktion
Programmplg.	HR Kultur	(mit den HR
Planungsred.	Literatur und	"Aktuelles"
WISSENSFORSCHUNG	Kunst	"Innenpolitik"
Programmwirtschaft.	Naturwissenschaft	"Außenpolitik"
Produktionsplg.	und Technik	"Gesellschafts-
Centrale	Gesundheit und	politik"
Position	Natur	"Sport"
Produktion	Kultur und	und den Magazinen
	Gesellschaft	"Bilanz"
	REDAKTION	"ZDF-Magazin"
	MEDIENKUNDE	"Kennzeichen D"
Arbeitsauftragster	Kirche und	dem Korrespon-
ktion	Leben	dententstab
	Erziehung und	den In- und
	Bildung	Auslandstudios)
	Kinder und	
	Jugend	
	HR Fernsehspiel und Film	
	HR Dokumentarfilm	
	HR Unterhaltung	
	HR Theater und Musik	
Verwaltungsdirektion		Technische Direktion

MEDIANNUTZUNG
1974
an einem
durchschnittlichen Werktag
Gesamtbevölkerung
ab 14 Jahre

— Fernsehen
- - - - - Hörfunk
= = = = = Zeitung

aus: Kiefer, Marie Luise:
Grunddaten zur
Wirkungsforschung



Anlage 4

Differenzierte Auswertung, F II, Teil 1

1. Zur Person - (Basis: 8, 6, 9)

1.1 Beruf

	abs.	abs.	abs.
Drucker	/	/	1
Glaser	1	1	1
Lagerist	1	1	/
Kfm. Angestellter	/	/	2
Laborant	/	1	1
Glasmacher	1	/	1
Büro - Bote	5	3	3

1.2 Alter

	abs.	abs.	abs.
14 - 29 Jahre	5	4	5
30 - 49 Jahre	3	2	4

1.3 Geschlecht

	abs.	abs.	abs.
männlich	3	2	3
weiblich	5	4	6

1.4 Familienstand

	abs.	abs.	abs.
ledig	8	5	6
verheiratet	/	1	3

1.5 Kinder

	abs.	abs.	abs.
ja	/	1	2
nein	8	5	7

Anzahl der Kinder: in beiden Fällen 1 Kind

1.6 Schulen	(Mehrfachnennung)		
	abs.	abs.	abs.
Volksschule	8	6	9
Mittelschule	/	/	/
Gymnasium	/	/	1

letster Schulabschluß			
	abs.	abs.	abs.
Volksschulabschluß	8	5	7
Mittlere Reife	/	1	1
Hauswirtschaftliche Mittlere Reife	/	/	1

1.7 Lehre			
	abs.	abs.	abs.
ja	2	2	2
nein	6	4	7

Abschluß			
	abs.	abs.	abs.
ja	2	2	2
nein	6	4	7

1.8 Hochschule/Fachhochschule			
	abs.	abs.	abs.
ja	/	/	/
nein	8	6	9

2. Angaben zum Fernsehverhalten - (Basis: 8, 6, 9)

2.1 Wenn Sie fernsehen, tun Sie dies überwiegend			
	abs.	abs.	abs.
allein	1	/	2
in Gesellschaft	7	6	7

2.2 Wieviel Stunden sehen Sie nach eigener Schätzung tätlich fern?

	abs.	abs.	abs.
1/2 - 1 Std.	2	2	2
1 - 2 Std.	4	3	4
2 - 3 Std.	1	1	3
3 - 4 Std.	1	/	/
darüber	/	/	/

2.3 Wenn Sie nicht allein sehen, sprechen Sie dann während der Sendung mit Ihren "Mitsehern" über den Beitrag?

	abs.	abs.	abs.
nie	/	/	/
manchmal	6	3	7
oft	1	1	2
immer	1	2	/

2.4 Sprechen Sie nach einer Sendung über den gesehenen Beitrag?

	abs.	abs.	abs.
nie	/	/	/
manchmal	6	3	7
oft	1	1	2
immer	1	2	/

2.5 Sehen Sie öfter "Ratgebersendungen" ("Gesundheitsmagazin Praxis", "Ratgeber Technik" etc.)?

	abs.	abs.	abs.
ja	7	5	8
nein	1	1	1

3. Einordnung ins Programmangebot - (Basis: 8, 6, 9)

3.1 Was halten Sie von Sendungen im Fernsehen, in denen sich das Fernsehen selbst mit seinen Vorzügen und Schwächen, Zwängen und Möglichkeiten darstellt?
(Medienkunde)

	abs.	abs.	abs.
notwendig	2	2	3
interessant	1	1	1
weiß nicht	5	3	5

3.2 Warum gibt es Ihrer Meinung nach Medienkunde im Fernsehen?

	abs.	abs.	abs.
keine Antwort	7	4	7
Antwort a	/	1	1
Antwort b	/	/	1
Antwort c	1	1	/

3.3 Kennen Sie Beispiele für medienkundliche Sendungen?

	abs.	abs.	abs.
nein	8	5	8
Antwort a	/	1	1

3.4 Gibt es nach Ihrer Kenntnis eine ZDF - Sendereihe, die sich mit Medienkunde befaßt, oder nur ab und zu Einzelbeiträge?

	abs.	abs.	abs.
keine Antwort	5	4	6
Sendereihe	/	1	2
Einzelbeiträge	3	1	1

3.5 Welche Themen würden Sie für eine medienkundliche Sendung/Sendereihe besonders interessieren?

	abs.	abs.	abs.
keine Antwort	7	4	6
Antwort a	/	1	1
Antwort b	1	1	2

3.6 Zu welcher Tageszeit wären Sie evtl. bereit, sich im Fernsehen medienkundliche Sendungen anzusehen?

(Mehrfachnennung)

	abs.	abs.	abs.
16 - 18 Uhr	1	1	1
18 - 19 Uhr	5	4	5
19 - 20.15 Uhr	4	5	3
20.15 - 21 Uhr	4	3	4
21 - 22 Uhr	/	/	/
22 - Sendeschluß	/	/	/

3.7 Angenommen, "auf dem anderen Kanal" läuft ein unterhaltender Spielfilm (etwa um 19.30 Uhr), entschieden Sie sich für

	abs.	abs.	abs.
Unterhaltung	7	5	7
Medienkunde ^x	/	1	1
keine Angabe	1	/	1

^xEinschränkung: "Wenn nicht soviel Politik gesendet wird."

nlage 5

fragebogen II

Sendung Nr. ____

VP ____

1. Zur Person

1.1 Beruf: _____

1.2 Alter: ____

1.3 Geschlecht:

männlich ____

weiblich ____

1.4 Familienstand:

ledig ____

verheiratet ____

1.5 Kinder:

ja ____ nein ____

Anzahl: ____

1.6 Schulen:

Volksschule ____

Mittelschule ____

Gymnasium ____

letzter Schulabschluß: _____

1.7 Lehre:

ja ____ nein ____

Abschluß: _____

1.8 Hochschule/Fachhochschule:

ja ____ nein ____

Abschluß: _____

2. Angaben zum Fernsehverhalten

2.1 Wenn Sie fernsehen, tun Sie dies überwiegend
allein ____
in Gesellschaft ____

2.2 Wieviel Stunden sehen Sie nach eigener Schätzung
täglich fern?

1/2 - 1 Std. 1 - 2 Std. 2 - 3 Std. 3 - 4 Std. darüber

--	--	--	--	--

2.3 Wenn Sie nicht allein sehen, sprechen Sie dann
während der Sendung mit Ihren "Mitsehern" über den
Beitrag?

nie ____ manchmal ____ oft ____ immer ____

2.4 Sprechen Sie nach einer Sendung über den gesehenen
Beitrag?

nie ____ manchmal ____ oft ____ immer ____

2.5 Sehen Sie öfter "Ratgebersendungen" ("Gesundheits-
magazin Praxis", "Ratgeber Technik" etc.)?

ja ____ nein ____

3. Einordnung ins Programmangebot

3.1 Was halten Sie von Sendungen im Fernsehen, in denen
sich das Fernsehen selbst mit seinen Vorzügen und
Schwächen, Zwängen und Möglichkeiten darstellt?
(Medienkunde)

weiß
nicht

viel				wenig
notwendig				überflüssig
interessant				langweilig

- 3.2 Warum gibt es Ihrer Meinung nach Medienkunde im Fernsehen?

Stichworte:

- 3.3 Kennen Sie Beispiele für medienkundliche Sendungen?

Stichworte:

- 3.4 Gibt es nach Ihrer Kenntnis eine ZDF - Sendereihe, die sich mit Medienkunde befaßt, oder nur ab und zu Einzelbeiträge?

Sendereihe ____ Einzelbeiträge ____

- 3.5 Welche Themen würden Sie für eine medienkundliche Sendung/Sendereihe besonders interessieren?

Stichworte:

- 3.6 Zu welcher Zeit wären Sie evtl. bereit, sich im Fernsehen medienkundliche Sendungen anzusehen?

16 - 18 Uhr 18 - 19 Uhr 19 - 20.15 Uhr

20.15 - 21 Uhr 21 - 22 Uhr 22 Uhr - Sendeschluß

- 3.7 Angenommen, "auf dem anderen Kanal" läuft ein unterhaltender Spielfilm (etwa um 19.30 Uhr), entschieden Sie sich für

Unterhaltung ____ Medienkunde ____

Sendung Nr. ____

VP ____

4. Globaleindruck

4.1 Wie beurteilen Sie die eben gesehene Sendung?

weiß
nicht

leicht verständlich				schwer verständlich
sachlich				verworren
spannend				langweilig
interessant				uninteressant
kritisch				unkritisch
politisch				unpolitisch
locker				verkrampt
sagt viel Neues				sagt nichts Neues

4.2 Würden Sie gern ähnliche Sendungen sehen?

ja ____ nein ____

4.3 Würden Sie sich eine derartige Sendung noch einmal ansehen?

ja ____ nein ____

5. Zielgruppe

- 5.1 Für wen ist Ihrer Meinung nach die gesehene Sendung gemacht?

Stichworte:

- 5.2 Fühlen Sie sich persönlich durch die eben gesehene Sendung angesprochen?

ja ____ nein ____

- 5.3 Haben Sie bereits zu Hause Beiträge dieser Art gesehen?

ja ____ nein ____

- 5.4 Welche Schlüsse ziehen Sie für sich aus dem eben gesehenen Beitrag?

Stichworte:

6. Verständlichkeit/Unverständlichkeit der Sendung

- 6.1 Was wollte Ihrer Meinung nach die Sendung aussagen?

Stichworte:

- 6.2 Gab es Teile in der Sendung, die Sie inhaltlich nicht verstanden haben?

ja ____ nein ____

(falls "ja", welche?):

- 6.3 War der gesprochene Kommentar inhaltlich verständlich?

ja ____ nein ____ zum größten Teil ____

nur zum Teil ____

- 6.4 Bitte geben Sie in Stichworten den Inhalt des gesprochenen Kommentars wieder:

- 6.5 Wurden in der Sendung inhaltliche Zusammenhänge deutlich?

ja ____ nein ____ zum größten Teil ____

nur zum Teil ____

- 6.6 Hielten Sie es für wünschenswert, wenn inhaltliche Zusammenhänge deutlicher kenntlich gemacht würden (zum Beispiel durch Schaubilder)?

ja ____ nein ____

- 6.7 Erinnern Sie sich an die Inhalte der Schrift-
einblendungen? Bitte geben Sie die Inhalte in
Stichworten an:

- 6.8 Welcher Teil der Sendung gefiel Ihnen überhaupt
nicht?

Stichworte:

- 6.9 Welcher Teil der Sendung gefiel Ihnen am besten?

Stichworte:

7. Resonanz

- 7.1 Falls Sie schon mehrere Beiträge der Reihe "betrifft:
Fernsehen" gesehen haben, sehen Sie eine inhaltliche
Verbindung der eben gesehenen Sendung mit anderen
Sendungen dieser Reihe?

ja ____ nein ____

kurze Erklärung der Antwort:

- 7.2 Angenommen, Sie sähen regelmäßiger medienkundliche Beiträge im Fernsehen, glauben Sie, daß dies Ihr Fernsehverhalten ändern könnte?

ja ____ nein ____

kurze Erklärung der Antwort:

- 7.3 Finden Sie, daß Medienkunde - wenn überhaupt - in der eben gesehenen Form gesendet werden sollte?

ja ____ nein ____

kurze Erklärung der Antwort:

ZWEITES DEUTSCHES FERNSEHEN
Sendemanuskript

Beitrag 6 der medienkundlichen Sendereihe

"betrifft: fernsehen"

Titel: WARUM SINGT IM FERNSEHEN NIEMAND FALSCH?

Über die Perfektion von Schlagersendungen

Sendetermin: Montag, 11. 11. 1974, 19.30 - 20.15 Uhr

Länge des Beitrags: 43'36"

Produktionsart: 16 mm-Film, Farbe, auf Magnetband
überspielt

Autor: Joachim Obst

Redaktion: Helmut Greulich

Schrifttitel:	betrifft: fernsehen
Bilder von der Aufzeichnung einer ZDF-Schlager-sendung ("Evergreens-Musik ist Trumpf") in der Mainzer Rheingold-halle im Oktober 1974. Publikumsveranstaltung.	Stimme des Regisseurs (Dieter Wendrich, der im Übertragungswagen <u>sitzt</u>) über Saal-Lautsprecher: Achtung - Toi, toi, toi den Mitwirkenden - toi, toi, toi dem Stab. Wir fahren ab.
Das Orchester Hugo Strasser setzt zur Eröffnungs-Melodie an ("Opening").	(O-Ton: Musik)
Schrifttitel:	Warum singt im Fernsehen niemand falsch?
Untertitel:	Über die Perfektion von Schlager-sendungen.
Schwenk von Chor auf Kapellmeister mit Klarinette.	<u>Kommentar</u> (des Autors): Auftakt zu einer Musik-Show mit beliebten Evergreens. Alles läuft wie bestellt: Lichtwechsel, Orchester-Einsatz, Chorgesang, Solisten-auftritt. Für den Zuschauer die gewohnte Ausstattungsqualität. Pan-nen scheinen unvorstellbar.
	(O-Ton: Musik)
Kapellmeister bei der Tonaufnahme im Studio mit gleichem Stück, aber falschen Tönen.	<u>Kommentar</u> : Aber wie geht es zu, dass am Ende alle Töne stimmen?
Sängerin bei Probe im Tonstudio.	<u>Nana Gualdi</u> (singt): " ... nicht erst heute ist das so,

- 2 -

das war so, auch schon vor hundert Jahren. ..."

Caterina Valente bei
Stellproben mit Regis-
seur und Kameras.

Kommentar:

Bleibt einem Künstler noch Spiel-
raum genug, oder unterliegt auch
ein Star wie Caterina Valente dem
Ritual der Technik?

Stimme von C. Valente über Saal-
Lautsprecher:

" ... Spiel' noch einmal für mich
von dem Wunder, das doch nie für
dich geschieht. ..."

Peter Frankenfeld in
der Evergreens-Sendung
mit einer Pantomime
(Ausschnitt).

Peter Frankenfeld:

Das einer nur auf die Seite geht
und sagt, "möcht' ich Dir sagen" -
bums, aus.

Kommentar:

Ist ein Auftritt mit Play-back so
schwer?

Peter Frankenfeld
winkt abwehrend.

P. Frankenfeld:

... übrigens, es ist nicht so leicht
das sage ich Ihnen, ein Play-back
nachzuspielen. Das, was man einmal
gemacht hat ...

Bill Ramsey hinter den
Kulissen.

Kommentar:

Wer überhaupt ist für die perfekte
Show?

Bill Ramsey:

Bilder aus dem
Tonstudio. Der
Arrangeur spielt
zum ersten Mal die
einzelnen Musik-
titel mit dem Or-
chester durch.

(O-Ton: Musik)

Kommentar:

Wir wollten bei der Arbeit an einer bestimmten Schlagersendung einmal von Anfang an dabei sein. Wir wollten sehen, wie eine Evergreens-Produktion Schritt für Schritt entsteht. Angefangen von den ersten Orchesterproben bis hin zum letzten Bildschnitt nach der Aufzeichnung. Denn was hier anläuft, ist eine Sendung, bei der alle Teile nacheinander vorproduziert wurden.

Schrift: Erstes Durch-
spiel mit Arrangeur.

(O-Ton: Musik)

Kapellmeister (Hugo
Strasser) probt weiter
mit den einzelnen
Instrumentalgruppen.

Kommentar:

An einer solchen Voll-Play-back-Show, wie man dazu sagt, haben wir vor zu zeigen, wie schwer sich alle Beteiligten tun, für eine 90-Minuten-Sendung ein Höchstmass an technischer Qualität zu erreichen.

(O-Ton: Musik)

Kommentar:

Und die Frage wird sein: Steht die-

- 4 -

ser ganze äusserliche Aufwand eigentlich dafür? Wird hier nicht die Technik sichtlich zum Selbstzweck? Die Verpackung zum Inhalt? Erstarren am Ende nicht Improvisationstalent und Phantasie zu kostensparender Routine?

(O-Ton: Musik)

Kommentar:

Die Produktion beginnt etwa drei Wochen vor der Bildaufzeichnung im Tonstudio. Zuerst wird die Begleitmusik für die Sänger aufgenommen.

(O-Ton: Musik)

Stimme aus Regie (Arrangeur):

Da müssen ein paar Tiefen noch rein.

Hugo Strasser (Dirigent):

Ich? Ein paar Tiefen? Okay.

Kommentar:

Ein Arrangeur - bei dieser Show gleichzeitig der Musik-Regisseur - hat die fünfzig Evergreens - hier der Peter-Kraus-Titel "Sweety" - neu instrumentiert, aufeinander abgestimmt und der ganzen Sendung einen durchgängig modernen Sound gegeben.

Der musikalische Leiter gibt im Studio den Ton an. Postiert im Regieraum, achtet er mit gewissenhafter Werktreue und absolutem Gehör darüber, dass nicht nur jeder Anschlag stimmt, sondern, dass auch der Dirigent Hugo Strasser und das Orchester seinen musikalischen Ideen das richtige "Feeling" geben.

(O-Ton: Musik, abgebrochen)

Stimme aus Regie (Arrangeur):
Horst, Du musst aufpassen, Du hängt mit dem Bariton.

Horst:
Ja.

H. Strasser:
Die vier? Ja, davon habe ich gerade gesprochen.

Stimme aus Regie (Arrangeur):
Und schon wieder läuft's.

H. Strasser:
Eins, zwei, drei ...

Schrift: Aufnahme
der Begleitmusik

(O-Ton: Musik, abgebrochen)

Stimme aus Regie (Arrangeur):
Läuft weiter.

H. Strasser:
Eins, zwei, drei ...

(O-Ton: Musik)

Kommentar:

Etwa drei Tage lang arbeiten die Musiker, bis alle Titel auf Band gespielt sind.

Caterina Valente im
Tonstudio vor Mikro-
fon.

C. Valente (singt):

"Sonne schei.....eint."

C. V. (spricht):

... Muss ganz schön schreien zum
Schluss!

Kommentar:

Wenn die Musiker gegangen sind,
kommen die Sänger an die Reihe - ...

C. V. (fragt Arrangeur in der Regie):
Warum schreibst Du so hoch?

Kommentar:

... erfahrene Profis durchweg, die
mit der Technik keine Schwierigkei-
ten haben. Sie hören die fertige
Orchester-Untermalung über Kopf-
hörer und singen - trocken, wie
man sagt - ihr Lied dazu.

Schrift: Gesangsauf-
nahme Caterina Valente

Regieraum mit Arrangeur,
Tonmeister, Dirigent,
Show-Regisseur.

(Musiktitel als fertige Mischung:

"Wo meine Sonne scheint, und wo
meine Sterne steh'n, da kann man
der Hoffnung Glanz und der Freiheit
Licht in der Ferne seh'n.)

Caterina Valente im
Tonstudio.

(Nur Gesang ohne Musik:
"Wo meine Sonne scheint,
wo meine So...onne schei.....eint.")

Regieraum

Tonmeister in der Regie:
Hören kommen?

Kommentar:

Die Aufnahme steht auf Anhieb. Die
Regie ist beeindruckt.

Arrangeur u. Dirigent im Regieraum:
Schon Klasse!
Einsame Klasse!

Schrift: Gesangsauf-
nahme Evelyn Künneke

Evelyn Künneke in der
Regie bei Probe. Tanzt
zur Musik.

(O-Ton: Musik "Mäcky-Boogie")

Kommentar:

Sogenannte "wilde Nummern" zwischen
mehr "getragenen" Stücken sollen
der Show Tempo geben, d. h., einen
Hauch von "live". Was später auf
dem Bildschirm als spontaner, im-
pulsiver Augenblicks-Ausbruch er-
scheint, wird also schon beim Ab-
singen auf Band in Ausdruck und
Gestik festgelegt.

(O-Ton im Regieraum: "... von An-
fang an: 'schrie' ...")

(O-Ton: Musik von vorn)

- 8 -

Kommentar:

Der Musik-Regisseur hält sich genau an Details. Besonders dort, wo ein Schlussston Ausdruck braucht.

Evelyn Künneke (singt):

"Mäcky, Mäcky, Mäcky, Mäcky, Mäcky oh!"

Arrangeur:

... "ooh".

(O-Ton: Musik)

Arrangeur:

" ... Mäcky, Mäcky ooh!"

E. Künneke:

Das mache ich falsch.

E. Künneke (singt):

" ... alle Nixen: Mäcky ooh." Aha!
"Mäcky, Mäcky ooh."
"Mäcky, Mäcky, Mäcky, Mäcky ooh."
Ja?

Arrangeur:

" ... Mäcky, Mäcky ooh!"

E. Künneke (singt):

"Mäcky, Mäcky, Mäcky, Mäcky, Mäcky ooh."

(Mit weichem Schluss-
ton.)

Arrangeur:

Na ja, dass ...

E. Künneke:

Oder nicht?

Arrangeur:

... ja sehen Sie, das geht nicht,
weil sofort das Blech kommt.

E. Künneke:

Kommt der Schluss.

Arrangeur:

"Mäcky, Mäcky ooh!" Peng.

E. Künneke (singt):

"Mäcky, Mäcky ooh -
Mäcky, Mäcky, Mäcky ooooh."

E. Künneke:

Soll ich's mit einem Shake machen
nach unten oder ...?

Arrangeur:

Ich würd's ganz knapp machen und
dann ...

E. Künneke (singt):

"Mäcky, Mäcky ooh -
Mäcky, Mäcky ooh -
Mäcky, Mäcky, Mäcky oh."

Arrangeur:

Nein, länger. "Mäcky, Mäcky, Mäcky,
Mäcky ooh!"

E. Künneke (singt):

"Mäcky, Mäcky, Mäcky, Mäcky ooh!"
Aha!

"Mäcky, Mäcky, Mäcky, Mäcky ooh!"

Arrangeur:

Ja-ha!

- 10 -

E. Künneke (singt):

"Mäcky, Mäcky, Mäcky ooh."

Arrangeur:

Nochmal den Schluss.

Kommentar:

Für die eigene Zutat bleibt dem Künstler bei solchen Vorab-Aufnahme wenig Raum.

Schrift: Gesangsauf-
nahme Peter Kraus

Tonmeister:

Ton ab.

Peter Kraus im Ton-
studio

Peter Kraus (singt trocken):

" ... Nie will ich an eine andere
denken, Dir will ich all' meine
Liebe schenken, denn meine ganze
Sehnsucht bist nur Du.

Ooooh ...

Ja, Sweety, geh' nicht an mir vor-
bei, Sweety, ich weiss was für uns
zwei, ...

(singt mit Musik)

... heute Abend gibt's nur eines,
denn ich führe Dich mein Kleines,
heute in die grosse Seligkeit.....!

Kommentar:

Auch hier wird sehr gewissenhaft
am letzten Ton gefeilt.

Peter Kraus (singt):

...kei....eit.

P. Kraus:

Eins später runtergeh'n? Aber die Länge war richtig? Oder?

Kommentar:

Die Regie gibt sich noch nicht zufrieden.

Schrift: Heinz Gietz,
Arrangeur u. musikalischer Leiter

Arrangeur:

... keit! - Aus.

Tonmeister:

Noch einmal?

Ja - noch einmal die Korrektur.

P. Kraus (singt):

" ... Sweety, wo schaust Du denn da hin,

ooooh,

Sweety, was hast Du denn im Sinn?

Heute Abend gibt's nur eines, denn

ich führe Dich mein Kleines, heute

in die grosse Seligkei....ei.ei.eit.

Arrangeur:

Nein. Noch kürzer machen. Noch kürzer

Singen Sie nochmal das keit!

Tonmeister:

Läuft.

P. Kraus (singt):

" ... Sweety, wo schaust Du denn da

- 12 -

hin, Sweety, was hast Du denn im Sinn?

Heute Abend gibt's nur eines, denn ich führe Dich mein Kleines, heute in die grosse Seligkeit....eit."

Tonmeister:

Er hat etwas leiser gesungen, nicht?

Show-Regisseur:

Ist schon gut, weil es sein letzter Auftritt ist, dass es da ein bisschen weniger ist.

Tonmeister:

Wir hören mal die Korrektur.

P. Kraus (singt):

" ... Heute Abend gibt's nur eines, denn ich führe Dich ..."

Kommentar:

Technisch ist es möglich, auch einzelne Tonteile - wie hier - immer wieder neu zu machen. So kann sich die musikalische Darbietung eines Schlagers am Ende zusammensetzen aus der Summe von zehn, zwanzig aneinandergeschnittenen kleinen, kurzen Glanzleistungen.

Arrangeur:

Äh, was Sie vorher auf dem Band haben, das ist so schön maskulin ...

"was hast Du denn ..." - jetzt müsste die Pointe auch noch eine Steigerung sein.

Tonmeister:

Hm.

Kommentar:

Eine Demonstration:

Schrift: Kurt W. Lor-
bach, Tonmeister

Tonmeister allein am
Mischpult. Führt vor,
wie ein Musiktitel zu-
sammengemischt wird.

Tonmeister:

Man kann nacheinander erst das Or-
chester, die Streicher, den Chor
und die Solisten aufnehmen. Ich
kann Ihnen das mal vorführen. Wir
haben hier also ein Band. Das Or-
chester Strasser ist in München im
Studio aufgenommen worden, wir in
Köln haben jetzt die Solisten und
den Chor synchronisiert. Ich habe
jetzt 16 Spuren, und ich möchte
Ihnen gern mal vorführen, was auf
den einzelnen Spuren aufgezeichnet
ist. Fahren Sie mal das Band ab,
bitte. Läuft?

Auf Spur eins ist das Schlagzeug,
auf zwei die Base-Drum, auf der
drei der Elektro-Bass, auf fünf ein
Klavier, was rhythmische Funktion
hat, Holzbläser sind da, das Holz -
ein Einwurf, Posaunen und Trompeten
Elektro-Gitarren - ein Bariton-

Saxophon - Streicher - und natürlich nicht zuletzt wieder der Solist. In unserem Falle Peter Kraus.

Das waren also die einzelnen Spuren, die auf diesem breiten Magnetophonband nebeneinander aufgezeichnet sind. Zum Teil gleichzeitig, zum Teil nacheinander.

Ich möchte Ihnen jetzt gern mal vorführen, wie es klingt, - in etwa klingt - wenn dann diese 16 Spuren zu einem Ganzen zusammengefügt werden.

Ja, stoppen Sie bitte das Band und nochmal von vorne bitte! Bitte ab! Fahren Sie es bitte mit auf 38. Wir haben dieses breite, 2-Zoll breite 16-Spurband in unserem Tonträgerraum stehen und spielen jetzt - oder fassen diese 16 Spuren für eine Stereoaufnahme zu 2 Spuren auf einem Schnürsenkel, wie wir es sagen, zusammen. So, bitte das Band ab, bitte!

Im Tonträgerraum bedient die Assistentin die Aufzeichnungsmaschinen.

Schrift: Tonmischung

Schlagzeug, Bass, das Klavier, Gitarren, das Blech - bekommt etwas Hall ... zugeben, Baritonsax und Orgel und die Streicher. Und der Solist. Auch etwas Hall.

Stimme Peter Kraus:

" ... Nie will ich an eine andere

- 15 -

denken, Dir will ich all' meine
Liebe schenken, denn meine ganze
Sehnsucht bist nur Du.

Ooooh.

Sweety, geh' nicht an mir vorbei,
Sweety, ich weiss was für uns zwei.
Heute Abend gibt es Mondschein,
und dann möchte ich belohnt sein
für die lange, lange Wartezeit.

Sweety, ..."

Tonmeister (schaltet Ton ab):

Das war also ein Schnelldurchlauf
einer Mischung. Wenn die Mischung
dann endgültig gemacht wird - dann
dauert es natürlich etwas länger -
weil ja jeder der Instrumenten-
gruppen, an den Stellen, wo sie
etwas zu sagen haben, gut zu hören
sein sollen, Textverständlichkeit
muss gewährleistet sein. Gleichzeitig
muss gegeben sein, dass das Band
oder die Aufnahme bei Stereo und
bei Mono gut klingt. Das ist eins
der Probleme.

Rheingoldhalle während
des Aufbaus der Bühnen-
Dekoration.

Kommentar:

Mit der Tonmischung ist der musik-
alische Teil der Produktion abge-
schlossen, das fertige Play-back-
Band liegt vor. Jetzt beginnt der
eigentliche Fernsehteil. Das heisst,
Musik und Gesang werden mit Bildern
kombiniert. Der Zuschauer soll ja
zu sehen kriegen, was er hört. Für

insgesamt zwei Wochen wird die Mainzer Rheingoldhalle in ein großes Aufnahmestudio verwandelt. Vorab rechnet der Fernsehstab noch einmal die Zeiten durch.

Schrift: Harald Müller,
Verantwortlicher ZDF-
Redakteur

ZDF-Team bei Vorbe-
sprechung.

Harald Müller:

... noch einmal aufzeichnen, dann würde Peter rauskommen, d. h., das würde ich vorne in der Anfangs-Conference gleich sagen, dass danach der Peter Frankenfeld kommt. Dann macht er ca. 5 Minuten Conference, heizt an, und dann beginnen wir mit der Sendung. Okay?
So dass wir also ungefähr ...

Produktionsleiter:

... in der Zeit machen wir Bandwechsel, denn sonst kommen wir mit der Zeit nicht aus. Wir haben ein 90-Minuten-Band.

MAZ-Techniker:

Genau. Jetzt brauchten wir unter diesen Umständen ...

Kommentar:

Es geht um Ablauf und genaue Länge der vorgesehenen zwei Aufzeichnungen. Feste Play-back-Zeiten verlangen präzise Einsätze der Technik. Der Vorteil: Die Show bekommt ein zuverlässiges Gerüst. Das Bild wird auf den Ton synchronisiert. Alle Künstler-Auftritte, die Licht- und

Kamera-Einsätze, der Applaus zwischendurch können sich an die fertige musikalische Vorgabe halten.

Dieter Wendrich, der Regisseur der Show:

Regisseur:

... Circa-Zeiten stimmen nicht, ich habe die Zeiten ganz präzise gestoppt. Circa-Zeiten betreffen nur Peter Frankenfeld, der hat für jeden Block ...

Redakteur:

Ja. Also die Orchesterblöcke stimmen alle?

Regisseur:

Gesangsblöcke, alles stimmt - auf die Sekunde!

Redakteur:

Ja, ich schreibe das extra mit, die Circa-Zeiten, weil man beim Peter nie recht weiss ..., das kann also 4, das kann 6 Minuten werden, das kann auch mehr werden. Nicht?

Regisseur:

Haargenau.

Leere Rheingoldhalle
mit wenig Licht. Stell-
probe Evelyn Künneke.

(Ton vom Band: Musik "Mäcky-Boogie")

Schrift: Erster Proben-
tag, Rheingoldhalle,
Mainz

Kommentar:

Bei einer sogenannten kalten Probe,

- 18 -

also einer Stellprobe ohne Licht, setzt der Regisseur zum ersten Mal Gesang in Schritte und Gesten um. Der Interpretin wird erklärt, wie sie sich möglichst unbefangen bewegt und immer auf natürliche Weise in die richtige Kamera sieht.

E. Künneke (singt):

" ... schrie'n alle Mädchen, Mäcky, Mäcky oh, Mäcky, Mäcky oh, Mäcky, Mäcky, Mäcky, Mäcky ooh!"

Regisseur:

... noch eine Verbeugung, eine zweite noch. Danke!

Kommentar:

Bei mehreren sogenannten heissen Proben wird die genaue Schrittfolge auf die Einsätze der vier Kameras abgestimmt.

Nächste Stellprobe
mit Licht und Kameras.

Evelyn Künneke studiert ihre Schritte ein.

Regisseur:

Dann machst Du die grosse Verbeuge ..

E. Künneke:

Ja.

Regisseur:

... einmal, zweimal und gehst dort-hin ab nach links.

E. Künneke:

Wieder, wo immer ...

Regisseur:

Bereich für's Gesamtfinale.

E. Künneke:

... immer, wo ich immer abgehe?

Schrift: Zweiter

Probentag

Regisseur:

In das berühmte Eckchen da. Mach's
in diesem Timing jetzt mal durch ...

E. Künneke:

... hier mach ich mal, ist in Ord-
nung.

Regisseur:

... es sind nicht so genaue Stops,
sondern, wir machen es mehr in einer
Live-Art.

E. Künneke:

Okay!

Regisseur:

Zu dem Hugo (Strasser) musst Du
hinkommen!

Show-Regisseur mit
Assistentin im Regie-
zelt, Kamera-Einstel-
lungen auf Monitoren.
Im Hintergrund Künst-
lerin.

Schrift: Dritter
Probentag

(Musik vom Band)

Kommentar:

Eine Show-Aufzeichnung nach Play-
back machen heisst: handwerklich
saubere Qualität produzieren, heisst,
auf Nummer Sicher gehen, Risiken
ausschalten, immer doppelt nähen.
Solange man als Künstler weiss, dass
jede Kameraposition noch einmal

gebaut, jede falsche Mundbewegung reguliert werden kann, hält man sich im Ausdruck zurück - oder bringt es über-echt. Dann wirkt schon ein Schlagerlächeln aufgesetzt, bekommt ein gefühliger Vortrag Werbespot-Qualität.

Nur Routiniers können da noch Temperament simulieren.

Regisseur:

... Ja, Evelyn, erst wenn die Überleitung zum letzten Chorus begonnen hat, erst dann sich von ihm lösen, bitte.

Kommentar:

Für eine gestandene Play-back-Sängerin ist es die notwendige Art, perfekt zu sein. Jeder Regisseur hat ja seine eigene Methode, sucht nach seinem eigenen Weg zur noch besseren Show. Dass auf dem Bildschirm dann eine Play-back-Produktion aussieht wie die andere, dass jeder Sänger-Auftritt immer gleich gut gerät, liegt nicht so sehr an der künstlerischen Potenz des Regisseurs - der wechselt von Mal zu Mal - sondern an den immer gleichen technischen Aufnahmebedingungen.

Frage an Evelyn Künneke: Wir haben mit Ihnen sehr viele Stellproben

Licht-Aufbau hinter den Kulissen. Evelyn Künneke im Bild.

gesehen. Jeder Schritt wird geprobt, es wird programmiert. Würde es Ihnen nicht leichter fallen, einen solchen Titel live zu bringen?

Evelyn Künneke:

Ah, wissen Sie, ich habe soviel Erfahrungen mit Film und mit Fernsehen und mit Proben, und ich war ja früher Tänzerin, dass es für mich eine Selbstverständlichkeit ist. Macht mir nichts aus.

Kommentar:

Wie war es denn früher, als es diese Voll-play-back-Sendungen noch nicht gab. Sie sind ja auch damals im Fernsehen gewesen: Wie hat man sich da beholfen?

Schrift: Evelyn Künneke

E. Künneke:

Na ja, da hatten wir Mikrophone, mit denen wir gesungen haben. Aber das ist lange her. Ich habe eigentlich fast alle Fernsehsendungen - die ich so gemacht habe - mit Voll-play-back gemacht. Also so Musiksendungen.

Kommentar:

Und wie ist es: Engt es die künstlerische Spontaneität nicht ein, wenn man so festgelegt wird?

E. Künneke:

Na ja, ich meine, natürlich engt es die künstlerische Spontaneität ein,

aber darüber muss man sich hinwegsetzen. Man muss versuchen, es so zu bringen, als wenn es kein Voll-play-back gäbe.

Regisseur bespricht
mit Peter Kraus Kamera-
Positionen.

(Musik vom Band)

Kommentar:

Stellprobe für Peter Kraus. Der Regisseur legt den Auftritt Zeile für Zeile fest, macht den Kamera-Wechsel klar. So ziemlich für jede zweite Schlagerzeile ist ein Kameraumschnitt geplant.

Regisseur:

Ich würde nicht die zwei, sondern ich würde die drei hier mit dem Blech nur reinschneiden und bleibe auf der zwei. Für Dich bleibt die zwei die Führungskamera. In der Totalen ... dann machen wir in der Totalen mit der vier einen schönen Lichtwechsel mit den Spots wieder und vorne einen ruhigen Kopf. Bis dahin wollen wir's mal durchmachen.

Peter Kraus:

Gut.

Besprechung mit dem
technischen Stab im
Regiezelt. Regisseur
legt Kamera-Einsätze
nach Textbuch fest.

Regisseur:

Peter hat den Gang in der drei bis zu dem Pudding. Das ist halbtotale aufgebaut. ...

Kameramann:

... bis Peter gross übernimmt, ja.

Schrift: Dieter
Wendrich, Regisseur

Regisseur:

... Okay. Dann kommt - ja - Pitt
übernimmt dann die Bongo-Bar, den
Versteil: nahe in der zwei, dann
kommt Drehung Totale der eins mit
einer rhythmischen Vorfahrt, endet
nah, Totale der zwei nach vorn,
einmal Tutti frutti durch, dann
die drei, links von Dir Peter,
2 Zeilen, 180° Grad drehen, Totale
der eins, zwei Zeilen, nach vorne
nah die zwei für Ausdruck, das
letzte Mal Tutti frutti-Durchgang,
die vier mit einer Riesentotalen,
mit 'ner guten, nicht riesigen,
guten Totalen, die drei nah, die
eins total, die zwei vorn, die drei
Blechschnitt, die zwei Babalu und
aufziehen dadadada
Beifall.
Versucht's bitte mal.

Stimme:

Ja.

Regisseur:

Du kannst Dich jetzt nochmal ...

Peter Kraus in der
Kulisse.

Kommentar:

Frage an Peter Kraus: Ist der Auf-
tritt nach Play-back für einen
Künstler nicht ein Nachteil?

P. Kraus:

Bei - vorsichtig ausgedrückt - guten
Sängern, ja, ist es ein Nachteil,
bestimmt. Denn, es ist ja kein Ge-

Schrift: Peter Kraus

heimnis, dass ein Sänger, in dem Moment, wo er vor's Publikum kommt, und wo die Sendung richtig läuft, und er weiss, jetzt kommt's darauf an, ja, dann ist er besser. Ein guter Sänger muss besser sein, weil er nerviger ist, er ist ... die Aufregung von zuvor spielt eine Rolle, und das alles. Und das natürlich wiederum fällt beim Play-back ein bisschen weg, ja? Weil, das wurde ja schon zuvor aufgenommen im Studio, was wiederum die Schwierigkeit bedeutet, dass er sich im Studio, in dem kahlen Studio reindenken muss in die Atmosphäre des Live-Konzerts dann oder der Live-Aufzeichnung in einem Saal.

Kommentar:

Sie meinen aber, dieses Verfahren kommt dem Zuschauer zugute?

P. Kraus:

Dem Zuschauer kommt es insofern zugute, weil, wie gesagt: Qualität. Es ist, glaube ich, auch der einzige Grund, ist die technische Qualität. Auch Karajan nimmt seine Konzerte play-back auf. Und ich meine, der könnte bestimmt auch live dirigieren, das weiss man, und die Musiker auch spielen, nicht? Aber der akustische Sound ist eben nach wie vor besser, das liegt an der Technik. Auch ein bisschen an den Sängern - vielleicht - ja.

Schrift: hier irrt
Peter!

Kommentar:

Was würden Sie sagen, wie den Zuschauern zumute ist, die jetzt hier sitzen. Es wird ja im Rahmen einer öffentlichen Veranstaltung aufgezeichnet - sehr viele dieser Zuschauer werden den Eindruck haben, dass Sie eine echte Leistung anbieten. Wenn jetzt Beifall kommt, z. B. von dem Publikum, kann man als Künstler einfach mit gutem Gewissen diesen Beifall annehmen?

P. Kraus:

Man kann, ja. Ich würde sagen, man kann, denn man hat ja selbst gesungen. Und ich meine, es ist doch irgendwo ein Beweis dafür, dass - wenn man es auf Band gesungen hat, warum soll's dann - sollte es dann live nicht gehen? Ich hoffe aber und glaube, dass die Technik also inzwischen doch sich weiterentwickelt. Es müsste ja der Fall sein und müsste auch gehen, dass wir in Zukunft mehr Live-Sendungen haben. Ich wäre persönlich sehr, sehr dafür. Und ich glaube einfach, dass es sein muss, weil die Produktionszeiten kürzer werden, das Geld wird knapper und es ist bestimmt der ... die Zukunftsshow ist live, glaube ich.

Stellprobe mit dem
Orchester in der Halle.

Regisseur:

Wir hören uns jetzt mal das
Opening an ...

- 26 -

Kommentar:

Am Tag der Generalprobe trifft das Orchester ein. Es sind die gleichen Musiker, die auch im Tonstudio die Schlagerbegleitung auf Band gespielt haben. Der Regisseur spricht vom Live-Charakter, den die Sendung haben soll, sagt, dass sie auch "livig angelegt" ist.

Regisseur:

... ist alles Play-back was wir machen, weil einfach die Tonqualität wesentlich besser ist, das ist gar keine Frage, nicht. Es ist ja auch "livig" angelegt, wenn man es sagen kann, das Wort. So, ich brauche mal das Opening, damit die Kollegen das mal hören, und dann richten wir uns die Kameras ein für die Orchester-einstellungen. Und fahre bitte mal ab, aus Spass.

(Musik vom Band)

Kommentar:

Bildeinstellungen einzelner Musiker, die ihre Instrumente bedienen, ohne zu spielen.

Für das Orchester geht es nun darum, die Einsätze notengerecht zu mimen. Das heisst, jeder Musiker liest - während das Play-back läuft - in der Partitur mit, um genau zu wissen, wann er mit Mund, Hand oder Fuss dran ist. Das Instrument ist bei diesem Bewegungsspiel nach Möglichkeit nicht zu berühren.

(Musik vom Band)

- 27 -

Regisseur:

So. Wir haben Zweifel hier. Wir müssen's nochmal machen.

Schrift: Vierter
Probentag mit General-
probe

Musiker lesen Zei-
tung.

Kommentar:

Während die Produktionsvorbereitungen weiterlaufen, über sich die Musiker in Geduld. Sie haben zum Gelingen der Sendung ja schon beigetragen. Ihr Part ist jetzt der leichteste. Alle anderen Fernsehschaffenden arbeiten fieberhaft auf die Generalprobe zu.

(O-Ton: Musik "Kennt Ihr die Zuckerpuppe ...")

Rolltitel: Wer alles
macht bei der Sendung
mit?

Besetzung:

1 Präsentator
11 Gesangssolisten
6 Chormitglieder
1 Schauspieler
1 Dirigent
14 Musiker
10 Streicher

Produktionsstab:

1 Redakteur
1 Regisseur
1 Regie-Assistentin
1 Arrangeur
1 Bühnenbildner
1 Bühnenbildner-Assistent

- 28 -

1 Produktionsleiter
 1 Produktionssekretärin
 1 Kassenführer
 3 Aufnahmeleiter
 2 Requisiteure
 1 Kostümberaterin
 3 Garderobieren
 5 Maskenbildner
 1 Erster Kameramann
 4 Kameraleute
 8 Kabelhelfer
 1 Bildmischerin
 1 Bildmischer-Assistentin
 1 U-Wagen-Leiter
 1 Bild-Ingenieur
 3 Bild-Techniker
 2 Bild-Techniker-Assistenten
 1 Ton-Ingenieur
 3 Ton-Techniker
 2 Aufsichts-Ingenieure (Ampex)
 1 Oberbeleuchter
 9 Beleuchter
 2 Bühnenmeister
 5 Kraftfahrer

112 Mitarbeiter insgesamt
 (zum Teil nur tageweise)

Rolltitel: Was kostet
 eine Evergreens-Sen-
 dung?

Rechte und Lizenzen	500,--
Löhne und Gagen	150.000,--
Bauten	73.500,--
Ausstattung	13.000,--

- 29 -

Aufzeichnung	163.000,--
Musikaufnahmen	10.000,--
Bild- u. Tonbearbeitung	2.200,--
Allgemeine Kosten	37.000,--
zusammen	449.200,--

Beleuchtungsproben
im Saal.

Kommentar:

Man weiss es nicht genau: Bedingt der Aufwand nun die perfektionistische Leistung, oder ist es der deutsche Perfektionsdrill, der für einen gewissen Aufwand sorgt. Jedenfalls stehen diese Zahlen für einen Hang zu höchster handwerklicher Qualität, für einen Produktionsanspruch, wie er für Unterhaltungs-sendungen deutscher Fernseh-anstalten inzwischen selbstverständlich ist.

Bill Ramsey in der
Kulisse.

Wie ist es im Ausland?

Arbeitet man ähnlich perfekt an solchen Shows wie hier bei uns in Deutschland?

Bill Ramsey:

Nein, eigentlich nicht. Nach meiner Erfahrung macht man also eine ... wollen wir sagen, man legt ein Skelett klar, also, das wird gemacht. Man weiss, jetzt komme ich, jetzt kommt der, das muss man jetzt machen und so. Aber man probt es dann nicht so sehr viel durch. Man nimmt eher ... so Aktualitäten-Kameraleute

- 30 -

Schrift: Bill Ramsey

was diese Leute auch sind übrigens, aber man lässt die so frei suchen, ein bisschen mehr. Es ist sogar so, dass in Frankreich, in Spanien und in Dänemark habe ich schon erlebt, dass man hingeht morgens, und also abends ist live.

Kommentar:

Und Sie würden sagen, die Sendungen sind auch nicht schlechter?

Bill Ramsey:

Ja, manchmal schon, manchmal schon. Manchmal ist es zu gebastelt, aber es kann ... - ich finde, eine glückliche, wie sagt man: ein "happy medium", ein Mittelweg ist besser. Das man also doch gut probt aber man nicht bis zur Sterilität probt. Darf ich eine Sendung als Beispiel angeben, oder werden Sie das abschneiden? Also, vor einigen Jahren war das für mich bei Studio ein sehr grosser Nachteil. Man hat geprobt, bis man überhaupt nichts mehr davon wissen wollte. Und das kann auch geschehen. Und das ist sehr schlecht für Künstler, sowie für Kunst, sowie im Endeffekt für's Publikum.

Generalprobe. Peter-Kraus-Auftritt vor älteren Zuschauern bei Nachmittags-Veranstaltung.

P. Kraus (singt):

... "Auf einer Insel in fernen Zonen sollst Du nur ganz alleine wohnen. ..."

Kommentar:

Bei einer öffentlichen Generalprobe wird die Resonanz des Publikums getestet. An welchen Stellen kommt Applaus? Letzte Schrittkorrekturen.

P. Kraus (singt):

"... meine ganze Sehnsucht bist nur Du.

Sweety, geh' nicht an mir vorbei,
Sweety, ich weiss was für uns zwei.
Heute Abend gibt es Mondschein,
und dann möchte ich belohnt sein
für die lange, lange Wartezeit.

Sweety, wo schaut Du denn da hin...

Schrift: Fünfter
Probentag mit 1. Auf-
zeichnung

(Play-back-Musik vom Band)

Schrift: Nach-Synchro-
nisation für 2 Sänger
und 1 Klavier

Peter Frankenfeld und
Caterina Valente sin-
gen im leeren Saal
echt ins Mikrofon.
Schrift: zum 1. Mal

P. Frankenfeld u. C. Valente (sin-
gen):

"Auf Wiedersehn ..."

C. Valente:

Das ist alles?

Tontechniker (der im Übertragungs-
wagen sitzt) über Lautsprecher:
Kann ich das Play-back ein bisschen
weiter zurücknehmen?

- 32 -

C. Valente:

Ja, natürlich!

Tontechniker:

Danke, es kommt nochmal zur Probe -
so, jetzt kommt das Play-back-Band
nochmal zur Probe.

Regisseur:

Ruhe hier im Saal! Hermann mach'
Ruhe!

Schrift: zum 2. Mal

Klavierspieler spielt
4 fehlende Töne dazu.

Schrift: zum 3. Mal
(mit Klavier-Solo:)

Schrift: zum 4. Mal

P. Frankenfeld u. C. Valente (sin-
gen):

"Auf Wiedersehn ..."

Regisseur:

So machen wir's. Wir machen die
Aufnahme, ja?

P. Frankenfeld u. C. Valente (sin-
gen):

"Auf Wiedersehn ..."

Tontechniker:

... Wollen wir's nochmal machen?

Regisseur:

Ja. Ich weiss nicht. Wollt Ihr?

Tontechniker:

Schrift: zum 5. Mal

Ich fand das so ein bisschen ...
naja, etwas ... nicht stimmungsvoll
genug, ein bisschen lustlos, wenn
ich das sagen darf. Und das Klavier
war nicht ganz synchron.

- 33 -

Schrift: zum 6. Mal

P. Frankenfeld u. C. Valente (singen):

"Auf Wiedersehn, auf Wiedersehn,
auf Wiedersehn ..."

Alle Interpreten im
leeren Saal vor einem
Mikrofon. Schlussgesang
wird auf Band gesungen.
Schrift: Nach-Synchroni-
sation aller Sänger

Alle Interpreten (singen):

... wird es nochmal so schön, das
Wiedersehn mit Dir."

Tontechniker (nach dem Bill Ramsey
zum Schluss geschrien hat):

Ja, sowas sollten wir doch ruhig
machen!

Schrift: zum 1. Mal

Alle Interpreten (singen):

"... Das eine glaube mir, nachher
wird es nochmal so schön, das Wie-
dersehn mit Dir."

Schrift: zum 2. Mal

Tontechniker (über Saal-Lautsprecher,
Ja? Können wir wirklich?

C. Valente:

Ja, wir können bis zum Schluss
halten.

Tontechniker:

Bei den Herren hingen einige noch.

Regisseur:

Naja. Es soll ein bisschen unordent-
lich sein, es darf nicht die Strikt-
heit eines Chorus haben.

- 34 -

Tontechniker:

Nein, das ist richtig. Jaja. Aufnahme läuft, bitte Ruhe.

Schrift: zum 3. Mal

Alle Interpreten (singen):

"Auf Wiedersehn, auf Wiedersehn ..."

Tontechniker:

Zur - zur Aussprache hätte ich zu sagen: ob man das "Auf Wiedersehn" vielleicht etwas deutlicher machen kann. Dann einmal "es", da sind die "es" alle zu verschiedener Zeit zu Ende, und "darauf hast Du mein Wort", das "t" hört man überhaupt nicht.

Regisseur:

Das kriegen wir nicht hin. Es soll ja ein bisschen unordentlich sein - der Chor ist ja sauber!

Schrift: zum 4. Mal

Alle Interpreten (singen die letzten zwei Wörter:

" ... mit Di...i....r."

Tontechniker:

Tja, also ich kann mir nicht helfen, dahinten, das ist ...

Regisseur:

Nun mach' es jetzt, und jetzt ist es vollkommen egal. Ende!

- 35 -

Schrift: zum 5. Mal

Tontechniker:

Sonst - Herr Strasser, gehen Sie doch näher an den Lautsprecher ran, da hören Sie es bestimmt!

H. Strasser:

Ich war schon drin!

Tontechniker:

So Play-back steht, wollen wir noch eine machen?

Regisseur:

Jaja.

Tontechniker:

Bitte Ruhe, Aufnahme läuft!

Alle Interpreten (singen):

" ... nachher wird es nochmal so schön, das Wiedersehn mit Dir."

Tontechniker:

Dankeschön.

Im Übertragungswagen:
Regisseur, Assistentin
und Bildmischerin ver-
folgen Proben-Auftritt
von Caterina Valente

C. Valente (singt):

" ... wo meine Sonne scheint ..."

Kommentar:

Am Nachmittag vor der ersten Aufzeichnung findet noch einmal ein Probedurchlauf statt. Der Regisseur steuert alle Einsätze vom Übertragungswagen aus. So mancher Star ist des Probierens müde.

C. Valente verbeugt sich
mit Kaffeetasse in der
Land

Auftritt Evelyn
Künneke

E. Künneke (singt):
"Mäcky war ein Seemann"

Schrift: Tonregie
Schrift: Bildregie

Regisseur:
Die macht jetzt so sehr auf Horror.
Die 2 und die 3 jetzt! Noch ein
bisschen als Fahrt aufhören!

Kommentar:
Regisseur und Bildmischerin ver-
gleichen noch einmal anhand der
Zeilenanfänge, ob sich die Kamera-
leute an die besprochenen Einsätze
halten. Die Assistenten machen
letzte Korrekturen im Textbuch.

Regisseur:
Ganz kleines bisschen mehr zur 1
auftreten, nur 30° Grad ...

(E. Künneke singt weiter.)

Kommentar:
Damit der Regisseur für die Zusam-
menstellung der Sendung eine mög-
lichst grosse Bildauswahl hat,
werden zwei Aufzeichnungen mit Pub-
likum gemacht. Die am besten ge-
lungenen Teile kann man später zu-
sammenschnneiden.

(E. Künneke mit Mäcky-Boogie-
Schluss.)

Regisseur:
Stehen bleiben, Mutter!

2. Aufzeichnung als
Gala-Vorstellung mit
Publikum. Auftritt Ca-
terina Valente auf Fern-
sehgerät im Saal.

Schrift: Sechster Proben-
tag mit 2. Aufzeichnung

Im Saal wird es hell.

C. Valente (singt):

"Wo meine Sonne scheint, und wo
meine Sterne steh'n, da kann man
der Hoffnung Glanz und der Freiheit
Licht in der Ferne seh'n.

Wo meine Sonne scheint, wo meine
Sonne schei ... ei ... nt."

(Beifall des Publikums.)

Beim Schneiden der
Bild-Ton-Bänder in der
Magnet-Aufzeichnungs-
Technik des ZDF.

Schrift: Bildschnitt
nach der 2. Aufzeichnung

Regisseur:

Du kannst doch vom Tonband stoppen.
...

Kommentar:

Im Bildbearbeitungs-Raum der soge-
nannten Magnetaufzeichnungs-Technik
entschliesst man sich drei Tage
später, die ganze zweite Aufzeichnung
als Grundlage für die Sendung zu
benutzen - von kleinen Änderungen
und Zusätzen abgesehen.

E. Künneke (singt):

"Mäcky-Boogie."

Tonband mit Applaus-
schleife läuft im
Hintergrund.

Schrift: Applaus-
abgabe vom Band

Regisseur: (zum Tontechniker, der
Applaus-Schleife bedient):

... gib vor, gib vor ... und
Schnitt! Jaaa ...

Techniker:

30 bis 40 Sekunden.

Regisseur:

Ja, jetzt komm rein ... Da müssen
wir bei der Nahen schon rein.
Wollen wir's nochmal machen?

- 38 -

E. Künneke (singt erneut):
"Mäcky-Boogie."

Regisseur:
Zu?

Techniker:
Ja, ich hab' zu.

Regisseur:
Wollen wir's nochmal machen?

Redakteur:
... am besten in der Totalen
schon.

Regisseur:
... Achtung: und Schnitt!
War zu spät und zu wenig - lag an
uns.

E. Künneke (singt weiter):
"Mäcky-Boogie."

Regisseur:
... und der Schnitt ... wodenn?
... da. ... jetzt fang an, fahr
rein, fahr rein ...

(Beifall sehr stark.)

Regisseur:
... Weiterlaufen lassen ... und
rein.

Carlos Otero (singt):
"Weine keine Träne um mich ..."

- 39 -

Regisseur:

Jaaa, komm fahr ab ...

Im gleichen Raum.

Redakteur und Regisseur denken über Kürzungsmöglichkeiten nach.

Redakteur:

Schade wäre es auch beim Orchester, nicht?

Hauptredakteur:

Aber Du hast doch eben gesagt ...

Kommentar:

Nachdem man alle brauchbaren Teile zusammengefügt hat, wird klar: die Sendung ist zu lang. Peter Frankenfild hat seine Auftritte überzogen - er hatte als einziger kein Playback. Oder so gut wie keines. Wo kann jetzt noch gekürzt werden?

Regisseur:

Wir haben das im Rücklauf probiert und nochmal im Vorlauf probiert.

Techniker:

Das stimmt. Die Zeit ist um einige Sekunden höchstens zu lang.

Redakteur:

... das hat keinen Sinn, wir hängen irgendwo an jeder Nummer dran. Wir müssen irgendwo was rausschmeissen. Das geht nicht.

Regisseur:

Dann machen wir einen harten Schnitt bei ...

Regisseur und Techniker vor den laufenden Bild-Ton-Bändern.

Kommentar:

Der letzte Schnitt wird gemacht - beim Auftritt Künneke. Eine Minute kommt raus, wenn Mäcky einmal weniger auf dem Oberdeck tanzt. Und natürlich lässt sich technisch die Schadensstelle glätten. Der Zuschauer wird nichts merken. Ihm zuliebe - so sagen die Vertreter der perfekten Show - macht man sich die ganze Arbeit. Ihm zuliebe? Perfektion an sich ist noch nicht schlecht. Jede Spielform, jede Show braucht Regeln, nach denen sie läuft, aber: sie erstarrt im Reglement, wenn der Mut zum Risiko fehlt, wenn der Ausgang jeder Sendung von vornherein feststeht, wenn die Technik geheime Regie-Funktionen hat, und am Ende künstlerische Phantasie eingeengt wird auf das technisch Machbare.

(O-Ton: Gesang)

Zusammenfassung der Sendung in 7 Kapiteln.
Passende Bilder.

Schrift und Text:

Noch einmal:

Wie läuft die Produktion einer Evergreens-Sendung ab?

Schrift: 1

Auswahl des Schlagers
und des Interpreten

Kommentar:

Noch einmal: Wie läuft die Produktion einer Evergreens-Sendung ab? Ein Fernsehredakteur, der eigentliche Produzent der gesamten Sendung wählt auch die einzelnen Musiktitel aus und die Interpreten. Beispielsweise den Schlager: "Tom Pillibi", den Jacqueline Boyer singen soll.

- 41 -

Schrift: 2
Arrangement

Kommentar:

Ein Komponist schreibt für den Hit von gestern ein neues Arrangement. Er gibt der ganzen Sendung den gewünschten modernen Sound. Der Arrangeur ist gleichzeitig der musikalische Leiter. Er hat darauf zu achten, dass der Dirigent seine Ideen in den richtigen Klang umsetzt.

Schrift: 3
Orchester-Einspielung

Die Musikuntermalung für den Gesang wird zuerst aufgenommen. Die einzelnen Klanggruppen des Orchesters, z. B. Schlaginstrumente, Gitarren, Streicher, Blechbläser usw. sitzen dabei um ein eigenes Mikrophon. Ihre Musik wird wie die von Solisten Spur neben Spur auf einem Spezialtonband aufgezeichnet.

Schrift: 4
Synchronisation

Die Sängerin hört im Tonstudio die fertige Orchesteraufnahme über Kopfhörer und singt passend dazu - synchron, wie man sagt - ihr Lied. Ihre Stimme findet ebenfalls Platz auf dem 16-spurigen Tonband.

Schrift: 5
Tonmischung

Orchesterklänge und Gesang erhalten am Mischpult ihre endgültige Form. Der Tonmeister kann Höhen und Tiefen, Intensität und Farbe der einzelnen Begleitinstrumente bestimmen und notfalls schwache Stellen der Sängerin überdecken.

Der fertig gemischte Ton wird auf ein normales Tonband übertragen. Damit ist der musikalische Teil der Fernsehsendung produziert.

Schrift: 6
Bildaufzeichnung
mit Play-back

Vor den Fernsehkameras bewegen sich Musiker und Interpreten so, dass Spiel und Gesang möglichst genau zum vorgefertigten Hintergrundton, zum Voll-Play-back, passen, sie müssen, wie man sagt, finger- und lippensynchron sein. Das bedarf eine gewissen Übung. Der Zuschauer soll ja die Illusion des originalen Vortrags haben.

Der Regisseur ruft über Leitung die festgelegten Kamera-Einstellungen ab. Zusammen mit der Bildmischerin entscheidet er, welches Bild von welcher Kamera gut für die Aufzeichnung ist. Der vorgefertigte Play-back-Ton und die Bildsignale der elektronischen Kameras werden dabei auf einem breiten Magnetband gespeichert.

Musiker und Sängerin hören ihr Play-back nur über Saal-Lautsprecher. Was die Künstler an Tönen dabei selbst produzieren - wenn überhaupt - ist nicht zu hören. Die Mikrophone im Saal werden nur bei Applaus eingeschaltet.

Schrift: 7
Bildschnitt

Dieses Magnet-Aufzeichnungsverfahren, abgekürzt M-A-Z oder "Matz", erlaubt wiederum eine spätere Bearbeitung. Man kann z. B. Bilder und Töne der Sendung auswechseln, weglassen oder durch Neuaufnahmen ergänzen. So ist garantiert, dass im Fernsehen niemand falsch singt.

Schluss der Gala-
Veranstaltung mit dem
Auftritt aller Mitwirkenden. Bilder von der öffentlichen Aufzeichnung in der Mainzer Rheingoldhalle (wie am Anfang).

Kommentar:

Und das ist das Ende der Vorstellung mit einem dankbaren Publikum. Die Show ist gelungen, wie immer. Alle haben ihr Bestes gegeben, der Stress ist vorbei. Und vielleicht singt ein Sänger jetzt wirklich mit. Falsch vielleicht, aber Sie hören es nicht.

Alle Interpreten (singen):

"Auf Wiedersehn, ... für heut'."

Schrift: Warum singt
im Fernsehen niemand
falsch?

(Singen weiter bis zum Schluss unter Beifallsklatschen des Publikums.)

Schrift: Sie sahen
einen Beitrag aus der Reihe

Schrift: betrifft:fernsehen

Schrift: Über die Perfektion
von Schlagersendungen

Schrift: Konzeption, Text/
Joachim Obst

Schrift: Bild/
Peter Nicolay

Schrift: Ton/
Werner Vitalis

Schrift: Schnitt/
Eva Rushdi

- 44 -

Schrift: Redaktion/
Helmut Greulich

Schrift: Die Evergreens-Sendung
"Musik ist Trumpf" sehen Sie am
2. Januar um 19.30 Uhr im ZDF

(205)

ZWEITES DEUTSCHES FERNSEHEN
Sendemanuskript

Beitrag 10 der medienkundlichen Sendereihe
"betrifft: fernsehen"

Titel: "Wie fern ist der Nahe Osten?"

Arbeitsprobleme eines Auslandskorrespondenten

Sendetermin: Montag, 13. Oktober 1975, 19.30 - 20.15 Uhr

Länge des Beitrags: 43'22"

Produktionsart: 16 mm-Film, Farbe, auf Magnetband
überspielt

Autor: Helmut Greulich

Redaktion: Medienkundliche Sendereihe
Helmut Greulich

Schrifttitel

betrifft: fernsehen

"Wie fern ist der Nahe Osten?"

Arbeitsprobleme eines Auslandskorrespondenten

Bildmontage der
ZDF-Auslandskorrespondenten

Auslandskorrespondenten des Fernsehens sind für viele Zuschauer besonders vertrauenswürdig. Nicht nur, weil man sie kennt. Mehr noch, weil sie von bestimmten Gebieten der Welt eine besondere Sachkenntnis haben. Viele Zuschauer werden denken: dieser Mann in Tokio, in London oder Beirut kennt sich aus - er wird uns schon das Richtige zeigen oder sagen.

Aber: was ist das Richtige? Können Auslandskorrespondenten wirklich alles zeigen, was sie wollen, oder werden sie nicht in vielen Ländern daran gehindert? Und liegt es nicht auch am Korrespondenten, was er für Sie zu Hause auswählt? Mit anderen Worten: Kann das Bild, das Sie sich vom Geschehen in anderen Teilen der Welt machen, nicht durch äußere Umstände und persönliche Einflüsse ganz erheblich mitbestimmt werden? Diese Frage wird am Beispiel eines Auslandskorrespondenten untersucht.

Einblendung
Heinz Metlitzky

Warum beobachten wir ausgerechnet Heinz Metlitzky? Das ZDF hat 24 Auslandskorrespondenten. Jeder arbeitet unter anderen Bedingungen. Metlitzky filmt nicht immer so harmlose Szenen wie die

- 2 -

Kamele vor den Pyramiden. Der Nahe Osten ist ein politisch besonders brisantes Gebiet. Und im Gegensatz zu westlichen Demokratien begegnet man Fernseheteams hier mit Misstrauen, mit Kontrollen und Zensur. Am Beispiel der Arbeitsprobleme von Metlitzky (und seine Bedingungen gelten nicht für alle Auslandskorrespondenten), soll gezeigt werden, was bei der Berichterstattung aus dem Nahen Osten an Wirklichkeit auf der Strecke bleibt.

Dazu muss man wissen, dass Metlitzky seine Filme nicht im Studio Beirut fertigstellt. Wie hier notiert er oft an einem Cafehaus-Tisch, welche Szenen der Kameramann gedreht hat. Zu diesen Filmeinstellungen schreibt Metlitzky, ohne den Film sehen zu können, einen Begleittext. Der Text und der unentwickelte Film gehen mit der Luftpost nach Frankfurt: dann wird der Film nach Metlitzkys Angaben in der Zentrale zusammengestellt.

Die meisten aktuellen Berichte der ZDF-Auslandskorrespondenten kommen auf diese Weise zustande.

tatement

(Originalton:)

Heinz Metlitzky:

"Auf den Schnitt hat man keinen Einfluss. Der Einfluss ist aber durch den Kommentator gegeben und in der Regel, wenn wir

- 3 -

Flugzeuge zur Verfügung haben - was Kairo ja nun leider gerade an dem Tag der Öffnung des Suez-Kanals nicht der Fall ist -, wenn wir Flugzeuge haben, versuchen wir den Kommentar gleich anhand der Bilder, die der Kameramann gedreht hat, nicht nur zu schreiben, sondern auch zu sprechen, so dass Zuhause am Schneidetisch zum Filmbericht in der vorgesehenen Länge auch schon ein Off-Kommentar vorliegt, nach dem die Bilder geschnitten werden. Unsere Erfahrungen sind sehr gut. Es wird wenig verändert an der Tendenz. In meiner Praxis bisher in einem einzigen Fall."

Diese Sendung lässt Einflüsse durch die Redaktionen ausser Betracht. Dass aber auch im Schneiderraum ungewollt Akzent verschoben werden können, macht Ulrich Kienzle, der ARD-Korrespondent in Beirut, an einem Beispiel deutlich:

Büro der ARD in
Beirut

(Originalton:)

Ulrich Kienzle:

"Wenn ich Berichte z. B. abliefern, sie nach Deutschland schicke - sie werden in Deutschland geschnitten - und eine Cutterin amüsiert sich über Esel, die auf der Strasse spazieren, dann kann das zu grossen Schwierigkeiten führen, weil hinterher wird mir gesagt: "Es gibt ja gar nicht soviel Esel, wie da

reingeschnitten worden sind!" Das kann also bedeuten, dass wir bei der nächsten Reise Schwierigkeiten haben."

Helmut Greulich:

Die Cutterin wird also die Einstellung mit dem Esel bevorzugen, weil er für sie exotisch ist im Strassenbild?

Ulrich Kienzle:

Aber selbstverständlich. Es bedeutet nicht unbedingt, dass ein böser Wille dahintersteckt. Es bedeutet nur, das ist exotisch ...

Helmut Greulich:

Der Reiz am Fremdartigen.

Ulrich Kienzle:

... genau!"

Einblendung:
äussere Zwänge und
die Persönlichkeit
des Korrespondenten
beeinflussen die Be-
richte

Was will Ihnen diese Sendung sagen?
Dass äussere Zwänge und die Persön-
lichkeit des Korrespondenten die Be-
richte beeinflussen.

Einblendung:
• Äussere Zwänge
• Grösse und Charakter
des Gebiets
• Informationsbehinde-
rung
• Kontrolle u. Zensur
• Zeitdruck u. Zeit-
zwang

Zu den äusseren Zwängen zählen
Grösse u. Charakter des Berichtsgebiets,
die Informationsbehinderung von Journa-
listen,
Kontrollen u. Zensur durch staatliche
Stellen,
der Zeitdruck bei der Arbeit und
Schwierigkeiten mit Telefon u. Fern-
schreiber.

5. Kommunikations- Probleme

Einblendung:

B. Persönliche Ein- flüsse

1. Selbständigkeit
2. Soziale Stellung
3. Selbstdarstellung
4. Revier-Instinkt
5. Standpunkt

Persönliche Einflüsse ergeben sich aus der grossen Selbständigkeit des Korrespondenten, aus seiner besonderen Stellung, aus der häufigen Selbstdarstellung vor der Kamera, aus dem Gefühl, ein Revier hüten zu müssen und aus dem politischen Standpunkt des Richterstatlers.

Einblendung: A. Xussere Zwänge

1. Grösse und Charakter des Gebiets

Einblendung:

Gebietskarte mit Kilometerangaben

Nacht-Flug von Keiro nach Beirut. In Beirut wird geschossen. Keiner weiss, wie er nach Hause kommt.

Metlitzky ist viel unterwegs. Sein Arbeitsgebiet bedeckt ein Zehntel der festen Erdoberfläche. Von Beirut sind es über 3000 km nach Algier, über zweieinhalbtausend nach Aden und 1500 nach Teheran. Ein riesiges Gebiet, in dem der Einzelner nicht alles Wichtige verfolgen kann. Dazu kommt, dass die arabischen Staaten unterschiedlich entwickelt und politisch sehr verschieden sind. Wechselnde Freundschaften und Feindseligkeiten sorgen für ständige Spannungen.

Grösse und Eigenart dieses Gebiets zwingen Metlitzky, Akzente zu setzen. Er muss nach Abstimmung mit der Zentrale

nach eigenem Urteil entscheiden, welche Informationen für den Zuschauer in der Bundesrepublik wichtig sind. Wobei er selbst keinen freien Zugang zu den Informationen hat.

Einblendung: A. Äussere Zwänge

2. Informationsbehinderung

Melitzky im Informationsministerium
in Kairo

Ein Musterbeispiel erschwerter Information: die Suezkanal-Eröffnung im Juni dieses Jahres. 24 Stunden vor der Eröffnungszereemonie fragt Metlitzky im Kairoer Informationsministerium, was eigentlich passieren wird:

(Originalton:)

Heinz Metlitzky:

"... Was nun passieren wird genau? Ja!

Beamtin:

Wohin Sie gehen werden?

Heinz Metlitzky:

Was wir dort filmen können, wo der Sadat spricht, alles, alles wissen wir alles gar nicht.

Beamtin:

Es steht hier drin.

Heinz Metlitzky:

Nein!

Beamtin:

Doch, doch!

(Informations-
papier)

- 7 -

Heinz Metlitzky:

Da steht nicht um 10.00 Uhr das, um 10.30 Uhr das ... Das wissen wir alle nicht.

Beamtin:

Das haben wir nicht - das haben wir nicht. Aber vielleicht könnten Sie das im anderen Zimmer fragen. Vielleicht haben die das. Ich habe nur dieses Programm.

Heinz Metlitzky:

Ok. Ich probiers."

Aus Sorge um die Sicherheit hoher Politiker und aus Vorsicht gegenüber israelischen Behörden im Nahen Osten wichtig Informationen ganz oder bis zur letzten Minute zurück.

(Originalton:)

Metlitzky

mit höherem Beamten
des Informations-
ministerium

Heinz Metlitzky:

"Morning! How are you?

What about a program? - Do you have a program for the Suez ...?

Beamtin:

... Program?

Heinz Metlitzky:

... a program for Suez ..."

Auch der ranghöhere Beamte im Informationsministerium gibt keine Auskunft was am nächsten Morgen in Port Said geschehen wird. Metlitzky, der sein Auf-

nahmeteam auf das Programm vorbereiten wollte, steht wie viele seiner Kollegen vor verlegenen Regierungsbeamten, die nichts sagen wollen oder nichts sagen dürfen.

(Originalton:)

Metlitzky
verlässt den Raum

Heinz Metlitzky:

"Von denen ist auch nichts zu erwarten!"

Erst einige Stunden später soll der Programmablauf durch den Informationsminister bekannt gegeben werden.

(Originalton:)

Metlitzky
mit Team

Heinz Metlitzky:

"Nichts! Der Minister - vielleicht - heute Mittag."

(Originalton:)

Metlitzky in
Port Said

Heinz Metlitzky:

"We came for the ceremony in Port Said, not to be shipped to one noortion of the harbour to film a convoy eventually coming up in two hours ..."

Am nächsten Morgen in Port Said eine neue Überraschung: Journalisten und Fernsehleute werden im Hafengelände abgesetzt. Hier sollen sie filmen dürfen, wie Präsident Sadat auf einem Zerstörer vorbeifährt. Metlitzky protestiert. Ihm seien Aufnahmen von der Eröffnungsfeier zugesagt worden. Weil auch andere meutern, bringt man die Presseleute zur Suezkanalbehörde, wo die Eröffnungs-

- 9 -

zeremonie stattfinden soll.

Aber wieder sehen sie sich betrogen:
während Ehrengäste ihre reservierten
Plätze auf einer Tribüne anstreben, s
len Journalisten und Fernsehteams aus
aller Welt in einem Vorhof bleiben.

(Originalton:)

Heinz Metlitzky:

"Television Networks: let's get together
here!"

Metlitzky mit
Journalisten u.
Fernsehteams im
Vorhof der Suez-
kanalbehörde

Metlitzky ruft einen Sitzstreik der
Fernsehleute aus, dem sich einige an-
dere Teams anschliessen.

(Originalton:)

Heinz Metlitzky:

"We are going to tell you now, what v
are going to do! Thank you very much!

Die Situation ist absurd: um drei Uhr
früh hat man die Journalisten von Kai
nach Port Said gebracht, damit sie je
nicht zu spät hier eintreffen. Deshalb
waren sie drei Stunden zu früh am Zi
Jetzt, wo der Festakt beginnt, sollen
sie ihn nicht aufnehmen können.

(Originalton:)

Heinz Metlitzky:

"You have had half a year of time to
organize this, if you don't manage i
six months - we should do it in six
minutes? No!"

"Sie hatten ein halbes Jahr Zeit, dies zu organisieren! Was Sie in sechs Monate nicht geschafft haben, sollen wir in sechs Minuten machen? Nein!"

Dies zu dem Vorschlag, die Fernsehleute sollten aus ihrer Mitte ein paar Kollegen auswählen, die für alle die Eröffnungsfeier filmen sollten.

Journalisten und
Fernsehtams

(Originalton)

Ein italienischer Fernsehmann fasst es einfach nicht: "Wir sind hier, um zu arbeiten. Und ihr hindert uns daran. Es ist total verrückt: die Welt soll erfahren, was Sadat hier macht, und ihr lasst uns nicht zu ihm vor? Wir bleiben hier!"

(Originalton)

Die Proteste der Journalisten haben schliesslich Erfolg. Kurz vor Beginn der Eröffnungsfeier dürfen sie in einen zweiten Vorhof und schliesslich als Zaungäste an den äussersten Rand der Tribüne, auf der Präsident Sadat die Neueröffnung des Suezkanals proklamiert.

Nach langem Hin und Her ist jeder am Ziel - und macht fast die gleichen Bilder wie sein Nebenmann.

Wo man für die Arbeit von Journalisten so wenig Verständnis zeigt, werden gute Informationsquellen umso wichtiger.

- 11 -

Metlitzky mit
Harris Chehab

Dieser Mann handelt mit Nachrichten. Chef der Arabischen Nachrichtenagentur in Beirut, Harris Chehab, ist Metlitzkys wichtigster Informant. Mit ihm hat er fast täglich Kontakt. Von ihm erfährt er oft im Voraus, was am nächsten Tag Schlagzeilen machen wird.

Gut eingeweihte Nahostexperten wie Harris Chehab werden - nicht schlecht dafür bezahlt, dass sie mehr sagen, als Regierungsbeamte. Von ihnen erwartet Metlitzky nicht viel:

(Originalton:)

Interview

Heinz Metlitzky:

"Sie möchten gern ihren Standpunkt in einer - als eine Art Propaganda in die Welt bringen. Man kann sich dadurch helfen, dass man alle Zeitungen, alle Rundfunksendungen in der arabischen Welt beobachtet; das kann ich nicht selber tun, das können auch andere Kollegen ...

Helmut Greulich:

Wegen der Sprache!

Heinz Metlitzky:

... Nicht nur wegen der Sprache, es ist eine Zeitfrage und das haben also vor allen Dingen in Beirut die Libanesen herausgefunden und es gibt mehrere Agenturen oder Personen, die diese Beobachtung übernehmen. Wenn man weiss, dass

sie verlässlich sind, kann man die Informationen, die sie zusammentragen, benutzen. Ausreichend informiert wird man dadurch immer noch nicht, aber man wird so informiert, dass man in etwa einen Überblick über das Geschehen hat."

Metlitzky auf einem
Hotelbalkon mit Kurz-
wellenempfänger

Um diesen Überblick auch unterwegs auf dem jüngsten Stand zu halten, verfolgt Metlitzky (wie hier auf einem Hotelbalkon in Amman) laufend die Kurzwellensendungen der englischen Rundfunkgesellschaft BBC.

Nachrichtensendungen der BBC gelten bei Journalisten als besonders zuverlässig und gut recherchiert. Aber die Mitarbeiter von BBC haben es genau so schwer, wie alle anderen Journalisten im Nahen Osten: Informationen, an die sie nicht herankommen, können sie nicht weitergeben. Und in arabischen Ländern sind wichtige Informationen, mehr als anderswo, Mangelware.

Einblendung: A. Kussere Zwänge

3. Kontrolle und Zensur

Aufsichtsbeamter des
Informationsministe-
riums in Teheran

Wenn Metlitzkys Kameramann Görsdorf in Teheran dreht, hat er immer jemand auf seinen Fersen. Ein Beauftragter des Informationsministeriums begleitet das Aufnahmeteam auf Schritt und Tritt. Nicht nur um zu dolmetschen oder sonstwie hilfreich zu sein, sondern mehr noch um aufzupassen, dass der deutsche Fernsehzuschauer keine unerwünschten Bilder

- 13 -

zu sehen bekommt. Diese Gefahr besteht hier nicht. Metlitzky dreht in einem Wahllokal. Es gibt nur eine Partei mit verschiedenen Kandidaten. So geraten weder die Wahlen, noch die Aufnahmen darüber ausser Kontrolle. Begleiter wie diesen gibt es in vielen Ländern. Manchmal tragen sie Waffen und haben etwas dagegen, gefilmt zu werden.

Wahlzelt mit
einer Schlange von
Wählern davor

Wo immer die Kamera läuft - hier vor einem Wahlzelt am Schahiat-Tor in Teheran - der Beauftragte des Informationsministeriums ist ständig dabei. Das Filmteam tut gut daran, sich an die Empfehlungen des freundlichen Begleiters zu halten. Es könnte sonst auf eine Liste unerwünschter Besucher geraten oder, wie in anderen Ländern geschehen, auf einer Polizeiwache landen. Denn der Begleiter haftet seinen Auftraggebern dafür, dass keine anderen als die vorangemeldeten Aufnahmen gemacht werden.

Interview

(Originalton:)

Helmut Greulich:

"In zwei Ländern war Heinz Metlitzky vorübergehend unwillkommen, er konnte dort nicht drehen. Wie kam es dazu?"

Heinz Metlitzky:

Das eine Mal war im Jahr 1970 in Jordanien, wo ich im Juni in einem Taxi von jordanischen Polizisten beschos-

wurde. Es war ein ganz normales Taxi, da saßen auch andere Jordanier drin. Ich hatte Glück, mir selbst geschah nichts. An der gleichen Stelle wurde ein französischer Diplomat schwer verletzt. Ich habe den noch ein Stück des Wegs mit langgetragen. Stand dann mit einem blutverschmierten Hemd auf einem Hotelbalkon und hab' in einem Kommentar, der am gleichen Tag in Deutschland war, gesagt, dass ein König, in dessen Hauptstadt auf Zivilisten geschossen wird, indiskriminiert geschossen wird, dass der wohl in Deutschland im Augenblick nicht gerade willkommen sein würde.

Helmut Greulich:

Er war zu einem Staatsbesuch in Deutschland?

Heinz Metlitzky:

Das war nicht ein Staatsbesuch, das war ein offizieller Besuch, zu dem er reisen sollte. Das Justizere daran war, dass ich nach diesem Kommentar noch schnell bei der deutschen Botschaft war. Als ich ins Hotel zurückkam, wurde ich dann von den Fedajin als Geisel festgenommen und sass eine Woche als Geisel im Hotel fest.

Helmut Greulich:

Aber wegen dieser Bemerkung waren Sie dann für Jordanien gesperrt?

Heinz Metlitzky:

Wegen dieser Bemerkung, die sich ja weiterhin gegen den König, also das Staatsoberhaupt richtete, hatte ich einige Monate keine Möglichkeit, nach Jordanien zu reisen. Ich hab' das dann in einem sehr wichtigen Moment, als diese bekannte Flugzeugentführung in die Wüste bei Amman stattfand, habe ich das umsetzen können - ich glaube, das kann ich heute schon sagen -, ich hatte damals sehr gute Beziehungen zu einigen Palästinensern und bin dann als Palästinenser-Guerilla, ausserhalb der jordanischen Kontrolle, für zwei, drei Wochen nach Jordanien eingereist und habe dann auch den Bürgerkrieg, also den sogenannten "Schwarzen September" im September 1970 mitgemacht.

Und das zweite Land war Syrien, wo ich mir den Groll der damaligen Behörde, auch im Jahr 1969/70 schon, zuzog. Damals hatte man im Libanon behauptet, die syrische Armee sei an der libanesischen Grenze aufmarschiert, die syrische Grenze war für den gesamten Verkehr geschlossen. Ich fuhr an die syrische Grenzstation, telefonierte mit einem Mann in Damaskus, den ich gut kannte, er holte mich ab. Ich konnte also dann aus Damaskus, um Umgehung des üblichen Behördenwegs, einen Kommentar sprechen: "Es sei keine Kriegsfahr, die Armee stehe nicht an der Grenze!" Aber das hatten mir die Behörden in Syrien verübelt, dass ich ohne ihr Zutun nun eingereist war, obwohl

Kommentar für sie ja letzten Endes sehr günstig war und da hatte ich dann auch einige Zeit Schwierigkeiten."

Erfahrungen dieser Art haben schon mehrere Korrespondenten machen müssen, z. B. auch Gunter Péus in Südafrika. Ulrich Kienzle berichtet von einer anderen, verfeinerten Form von Kontrolle:

(Originalton:)

Interview

Ulrich Kienzle:

"Es kann Ihnen z. B. passieren, dass Sie in einem arabischen Land zur Wafd, zur Delegation gezählt werden, weil ein Feiertag, ein hoher Feiertag in der Partei stattfindet und dann befinden Sie sich als Journalist zweifellos in einem Dilemma: mitmachen oder nicht mitmachen ...

Helmut Greulich:

Delegation, was bedeutet das?

Ulrich Kienzle:

Delegation bedeutet, es wird für Sie Hotel bezahlt und das Taxi. Nun entsteht natürlich dadurch - logischerweise - eine Abhängigkeit, eine Abhängigkeit, die europäische Journalisten nicht so ohne weiteres mögen. Aber wenn Sie "nein" sagen, kann es passieren, dass Sie überhaupt nichts mehr drehen können.

Helmut Greulich:

Diese Abhängigkeit wird wahrscheinlich

von arabischen Stellen nicht in dem
so gesehen, nicht wahr, weil der Jour-
nalist hier eine andere Rolle spielt?

Ulrich Kienzle:

Es ist üblich - es ist üblich und es
ist nicht unbedingt die Erwartung da-
her, dass man Freundlichkeiten erwar-

Helmut Greulich:

Hat der Journalist hier in den arabi-
schen Ländern eine andere Stellung als
bei uns?

Ulrich Kienzle:

Ich würde sagen, abgesehen vom Liban
ist das Sozialprestige der arabischen
Journalisten sehr, sehr schlecht und
dies wird übertragen auf europäische
auf westliche Journalisten und dies
deutet natürlich eine starke Behinde-
rung."

Metlitzky bei
Ankunft in Amman

Auf dem Flughafen der jordanischen
Hauptstadt Amman wird Heinz Metlitzky
der von einer Konferenz in Kairo kom-
mt von Kameramann Jan Bruns erwartet. Er
hat keine guten Nachrichten für sein
Chef: Das Team war nach Amman voraus-
gereist, um die Dreherlaubnis für die
Begegnung zwischen König Hussein und
syrischen Staatspräsidenten Assad zu
besorgen.

Metlitzky mit Kamera-
mann Jan Bruns

(Originalton:)

Jan Bruns:

"Es gibt einige Schwierigkeiten hier.
Wir haben keine Erlaubnis - nichts!

Heinz Metlitzky:
Wieso "nichts"?

Jan Bruns:
Wir sind zu spät gekommen. Wir sind -
wann waren wir gestern Morgen da? ...

Heinz Metlitzky:
Wie sollen wir arbeiten, wenn keine
Flugzeuge gehen!

Jan Bruns:
... um 4.00 Uhr morgens - nachmittags
haben die gesagt, ist's vorbei und die
ARD und wir haben keine Genehmigung -
nichts!"

In allen Ländern des Nahen und Middle-
ren Ostens müssen Fernsehaufnahmen im
Voraus von den Informationsministerien
genehmigt werden. Beim Treffen von
Staatschefs müssen sich die Fern-
sehteams um eine besondere Akkreditie-
rung bemühen; dann bekommen sie speziel-
le Ausweise. Ohne diese Zulassung kön-
nen sie bei offiziellen Anlässen nicht
drehen.

Metlitzky mit Kamera-
mann Jan Bruns

(Originalton:)
Heinz Metlitzky:
"Wer ist für das Sheppard-Hotel verant-
wortlich? Der Georg? Ich gehe nie ins

- 19 -

"Sheppard". Seit wann reservieren wir
im Sheppard Hotelzimmer?

Jan Bruns:

Es gibt nirgends ein Hotelzimmer!

Heinz Metlitzky:

Die Frau Thome hat mir gesagt ...

Jan Bruns:

In dem Intercontinental ...

Heinz Metlitzky:

... die Frau Thome hat mir gesagt, da
ihr gesagt worden ist: überhaupt nicht
versuchen, in das Intercontinental.
Wer ist dafür verantwortlich?

Jan Bruns:

Das habe ich ihr gesagt ..., ja.

Heinz Metlitzky:

Der geht nämlich das nächste Mal in
Kairo ins "Sheppard". Im Ernst! Für d
zahle ich kein "Hilton" mehr.

Jan Bruns:

Hier ist sowieso überhaupt nichts mehr
drin. Es sind Delegationen im Inter-
continental. Da ist gar nichts drin!

Heinz Metlitzky:

... das kann man aber erst mal probie-
ren. Wir haben kein Telex, wir haben
keine Presseabteilung, wir sitzen am
Arsch der Welt; auf deutsch gesagt.

- 20 -

Jan Bruns:

Sheppard ist gleich neben-an. Gleich das Hotel nebenan."

Metlitzky ist fast noch unzufriedener, weil es dem Team nicht gelang, ihn im Intercontinental-Hotel unterzubringen. Nur dort gibt es Fernschreiber, dort ist ein Pressebüro der Regierung eingerichtet worden, dort pflegt er regelmäßig abzustiegen.

(Originalton:)

Metlitzky

Kameramann

Bruns

Heinz Metlitzky:

"Warum soll ich denn in das verrückte Sheppard? Wie seid Ihr auf diese Idee gekommen?"

Jan Bruns:

Ich find's genauso gut und es ist gleich nebenan!

Heinz Metlitzky:

Wir gehen immer in das Intercontinental. Da ist auch das Pressebüro drin. ...

Jan Bruns:

Ja.

Heinz Metlitzky:

... Jetzt muss ich immer hin und her laufen zwischen Hotel und Pressebüro.

Jan Bruns:

Es gibt ja sowieso nichts da. Wir sind jetzt im Grand Palace Hotel, ja."

Taxifahrt

Im Taxi erfährt er, dass die Zulassung zu dem Treffen zwischen Hussein und Assad nur bis zu einem bestimmten Zeitpunkt möglich war, den das Team nicht einhalten konnte. Jetzt überlegt er, was er machen könnte: vielleicht etwas an der Allenby-Brücke zwischen Jordanien und Israel?

(Originalton:)

Metlitzky und
Bruns im Taxi

Heinz Metlitzky:

"... Vielleicht nehmen wir die andere
- vielleicht die andere Brücke?

Jan Bruns:

Das ist, glaube ich, genau dasselbe.
Das haben wir das letzte Mal schon gefragt. Die ist genau so schwierig zu drehen wie ...

Heinz Metlitzky:

Ja.

Jan Bruns:

... Wenn "Allenby" nicht erlaubt ist,
ist die andere auch nicht erlaubt.

Heinz Metlitzky:

Und Calamic, kann man da hin?

Jan Bruns:

Ich glaube, die ganze Gegend ist verboten.

- 22 -

Heinz Metlitzky:

Wegen der - immer noch wegen der Truppenbewegung?

Jan Bruns:

Ja, wegen der ganzen Situation ...

Heinz Metlitzky:

Die müssten doch eigentlich jetzt - die müssten doch jetzt fertig sein.

Jan Bruns:

... Ja. Und, wie gesagt, heute ist Assad da. Der besichtigt ja die Truppen. Das ist natürlich nicht gut für uns.

Heinz Metlitzky:

Heute im Jordantal?

Jan Bruns:

Ja."

Informations-
ministerium:
Metlitzky mit Team
Peter Salach

Sein erster Besuch gilt Peter Salach, dem Mann im jordanischen Informationsministerium, der für die Auslandskorrespondenten zuständig ist. Salach empfängt das Team mit grösster Liebenswürdigkeit. Aber er macht mit ebenso grosser Bestimmtheit deutlich, dass er keine Drehgenehmigung mehr ausgeben kann. Nicht weil er sich erinnert, dass Metlitzky hier einige Zeit unerwünscht war. Er beruft sich auf Bestimmungen, die zwischen Armee und Informationsministerium festgelegt wurden: wer sich

- 23 -

nicht rechtzeitig bewarb, kann nicht mehr zugelassen werden.

"Das heisst, dass wir die Parade heute nachmittag nicht filmen können?" -
"Nein!"

"Was können wir machen?"

"Kann man nicht irgendetwas arrangieren?" - "Nein! Aus Sicherheitsgründen können nachträglich keine Genehmigungen mehr erteilt werden."

Salach lässt seinen Besuchern noch eine Tasse Tee bringen, dann macht ein Anruf der Unterredung ein Ende.

Metlitzky bei Aufnahmen für den "heute"-Beitrag auf einer belebten Strasse in Amman

Metlitzky beschliesst, sich mit Aufnahmen des jordanischen Fernsehens zu befassen. Was jordanische Kameraleute gefilmt haben, soll an die Redaktion von "heute" geschickt werden.

Das war also die Situation von Heinz Metlitzky bei seinem Aufenthalt in Amman. Und wie sah sein Beitrag in "heute"?

DIA
Heute-Beitrag, 12.6.75
(gekürzt)

(Originalton:) Heinz Metlitzky:

"Es gehört schon fast zum guten Ton, immer wieder vom drohenden Krieg im Nahen Osten zu sprechen. Bei den Arabern gilt bisher nur Ägyptens Präsident Sadat als Mann des Friedens. Zwei arabische Staatsoberhäupter sind jetzt

dabei, ihm diesen Rang streitig zu machen: König Hussein von Jordanien und Präsident Assad von Syrien. Nach langer Feindschaft: Bruderklüsse. König Hussein 'Handlanger der Imperialisten' - vorbei. Hafis al-Assad 'radikaler Aussenseiter' vom Tisch. Militärische Zusammenarbeit ist wichtig für ihre gemeinsame Politik.'

Die wenigen Aufnahmen, die Metlitzkys Team in Amman selbst drehen konnte und das Filmmaterial des jordanischen Fernsehens, können das Land nicht verlassen, ohne vom Zensur-Büro des Informationsministeriums freigegeben zu werden.

Beamte des
Zensur-Büros
mit Kameramann
Jan Bruns

(Originalton)

Den Beamten ist es nicht möglich, zu prüfen, was auf dem unentwickelten Filmmaterial zu sehen sein wird. Sie verlassen sich auf die Angaben des Kameramanns und da die Sendungen von Vertretern arabischer Länder in der Bundesrepublik beobachtet werden, sind Mogeleyen in entscheidenden Punkten kaum möglich, da man auch in Zukunft auf Einreise- und Drehgenehmigungen angewiesen ist.

Beamte des
Zensur-Büros

(Originalton)

So führen diese Kontrollmechanismen zwangsläufig zu einer Selbstbeschränkung des Auslandskorrespondenten, der

aus Erfahrung weiss, was auf dem Spiel steht, wenn er die Interessen des Landes völlig ausser Acht lässt. Auf diese Weise wird - nicht nur im Nahen Osten, sondern auch in einer Reihe von Entwicklungsländern und von sozialistischen Staaten, die Möglichkeit einer ungehinderten Berichterstattung ganz empfindlich eingeengt.

Einblendung: A. Äussere Zwänge

4. Zeitdruck und Zeitzwang

Metlitzky bei
Aufnahmen auf einer
belebten Strasse in
Amman

Die meisten aktuellen Berichte - hier geht es um einen lärmgestörten Kommunikationerversuch in Amman - entstehen unter grossem Zeitdruck.

(Originalton:)

Heinz Metlitzky:

"Was hier am frühen ...

Tonmann:

Zum ersten ...

Heinz Metlitzky:

... Es gehört schon fast zum guten Ton immer wieder nur vom drohenden Krieg im Nahen Osten zu sprechen. ..."

Metlitzky wechselt
den Standort

Jede Verzögerung der Arbeit führt bei dem Aufnahmeteam zu Nervosität. Der Zeitverlust muss später wieder eingeholt werden. Deshalb bleibt den Kameramännern wenn sie Bildmaterial für Nachrichten drehen, manchmal nichts anderes übrig.

als diese Aufnahmen buchstäblich im Laufschrift zu besorgen. Für eine sorgfältig überlegte, optimale Bildauswahl fehlt ihnen einfach oft die Zeit.

taxifahrt:
Materialtransport
am Flughafen

Wenn alles gut geht, erreicht das Taxi rechtzeitig den Flughafen. Und vielleicht gibt die Redaktion in der Zentrale für die Darstellung komplizierter Zusammenhänge schon mal zwei Minuten. Von einem Auslandskorrespondenten stammt der Zweizeiler: "Und bist Du noch so fleissig, Du kriegst doch nur einsdreissig!" Zeitdruck bei den Aufnahmen und Zeitzwänge bei den Nachrichtensendungen führen zwangsläufig zu Verlusten bei der Vermittlung von Realität.

Einblendung: A. Äussere Zwänge 5. Kommunikations-Probleme

iro der "dpa":
iter Matthias Hardt
t Heinz Metlitzky

Metlitzky kommt von einer Pressekonferenz in Kairo und versucht, sich über Fernschreiber mit der ZDF-Sendezentrale in Wiesbaden in Verbindung zu setzen. Er ist in Zeitnot, weil er in einer Stunde mit dem Team nach Port Said fahren will, um einen Vorbericht zur Eröffnung des Suezkanals zu drehen. In solchen Situationen geht es darum, möglichst schnell mit der Nachrichtenredaktion in Kontakt zu kommen, um die Länge, Einzelheiten und den Versand des Beitrags noch einmal abzustimmen. Aber Telefon- und Fernschreibverbindungen sind in vielen Ländern des Nahen Ostens häufig Glücksache. Die Papierfahne mit

den Zeichen der Fehlversuche wird zu-
sehens länger.

(Originalton:)

Interview am
Fernschreiber

Helmut Greulich:

"Matthias Hardt, dpa-Korrespondent
in Kairo, versucht eine Verbindung zu
ZDF in Wiesbaden herzustellen. Mit
welchem Ergebnis?

Matthias Hardt:

Bisher mit keinem. Nach ungefähr 13.30
Uhr haben wir versucht - inzwischen ist
es 13.45 Uhr geworden. Die Verbindung
ist noch nicht zustandegekommen, weil
sämtliche Leitungen belegt sind. Entweder
weder zwischen Kairo und Wien, wo der
europäische Sternpunkt ist, oder zwi-
schen Wien und der Bundesrepublik.
Möglicherweise ist allerdings auch das
ZDF besetzt.

Und das, wenn man eilige Nachrichten
hat.

Heinz Metlitzky:

Ja!"

In Krisensituationen, und die sind in
diesem Teil der Welt nicht selten, fallen
Telefon- und Fernschreibverbindungen
nach Europa für Journalisten
ganz aus, oder sie müssen bis zu 24
Stunden auf eine Verbindung warten.

Im zweiten Teil dieser Sendung geht
um die persönlichen Einflüsse des Ko-
respondenten.

Einblendung: B. Persönliche Einflüsse

1. Selbständigkeit

Metlitzky im
Büro in Bei-

Trotz der Pflicht zur Abstimmung mit der Zentrale hat der Korrespondent einen grossen Entscheidungsspielraum. Er wählt aus der Fülle der Möglichkeiten aus, was er anbietet, seine Unterschrift entscheidet über Reisekosten und Produktionsausgaben, er muss in vielen Fällen selbst bestimmen, was getan werden muss und von den Ausgaben her verantwortet werden kann. Bei Dienstreisearträgen setzt er seine Unterschrift gleich viermal in die Formulare.

(Originalton:)

Heinz Metlitzky:

"Eigentlich braucht man vier, ... hier nochmal?"

Er unterzeichnet in seiner Funktion als Studioleiter, ausserdem - bevollmächtigt - für den Hauptredaktionsleiter Aktuelles oder Aussenpolitik, für den Hauptabteilungsleiter Produktion und für den Hauptabteilungsleiter Internationale Angelegenheiten. Vier Unterschriften von Metlitzky setzen zwei Kamerateams über Tausende von Kilometern hinweg in Bewegung.

ement

(Originalton:)

Heinz Metlitzky:

"Aber, da dürfen keine Missverständnisse ekommen. Dies sind alles Produktions-

reisen, d. h. dies sind also keine Reisen, wo sich jemand die Welt anschauen kann auf Kosten des ZDF, sondern das sind alles Reisen in Zusammenhang mit Filmvorhaben, aktuellen Filmvorhaben. Nur da gibt es diese Unterschriften-Vollmachten."

Natürlich müssen solche Entscheidungen einer Überprüfung durch die Revision standhalten. Aber wer kann nach einem Jahr noch feststellen, ob für einen "heute"-Beitrag eine Zweitagesreise nach Kairo gerechtfertigt war, oder nicht? Nicht nur wegen finanzieller Vorteile, auch wegen dieser Selbständigkeit sind Auslandsposten beim Fernsehen so begehrt. Der Einfluss auf Programminhalte ist grösser, als bei den meisten Fernsehjournalisten.

Einblendung: B. Persönliche Einflüsse 2. Soziale Stellung

Panorama,
Wohnsitz von
Metlitzky

Da, wo man in Beirut "ganz oben" ist, hoch über und weit vor den Mauern der Stadt, steht das ZDF-Studio, zugleich das angemietete Wohnhaus von Heinz und Renate Metlitzky, - umgeben von Villen, Botschafterresidenzen und privaten Tennisplätzen. Hier wohnt der Botschafter von Trinidad und Tobago, im gleichen Viertel liegen die Residenzen der Botschafter von Finnland und von Ghana,

und unmittelbarer Nachbar der Metlitzkys ist der ehemalige libanesische Aussenminister und frühere Präsident der UN-Vollversammlung Malik. Die Wohnsituation des ZDF-Korrespondenten entspricht der eines Diplomaten und macht die Feststellung des früheren ARD-Korrespondenten Gerd Ruge verständlich, dass es im Fernsehen kaum eine erstrebenswertere Stellung gibt.

ohnhaus
ZDF-Studio)

Diese privilegierte Wohnsituation und die gesellschaftlichen Kontakte, kurz: die herausgehobene soziale Stellung des Korrespondenten machen es denkbar, dass die Sorgen und Alltagsprobleme der Bevölkerungsmehrheit in den arabischen Ländern nicht so "hautnah" erfasst und vermittelt werden, wie dies wünschenswert wäre. Der Hausherr bezieht seine Vorstellungen von Not und Armut seltener aus Gesprächen mit Betroffenen, sondern eher durch Informationen von Partnern, die seiner eigenen sozialen Stellung entsprechen. Selbst wenn sich ein Auslandskorrespondent der Möglichkeit einer derartigen Verschiebung des Blickwinkels bewusst ist, wird sich nicht völlig ausschliessen lassen, dass seine Berichterstattung davon beeinflusst wird.

utoschlange

Am Rande sei vermerkt, dass bei der oft katastrophalen Verkehrssituation in

Beirut mit total verstopften Strassen und endlosen Autoschlangen der Weg zur Stadtmitte bis zu 45 Minuten und zum Flughafen über eine Stunde in Anspruch nehmen kann. Das ARD-Studio, in einem anderen Viertel, zehn Minuten vom Flughafen, angesiedelt, liegt da weitaus günstiger, allerdings mit dem entscheidenden Nachteil, dass es bei Schiessereien in Beirut mehrfach in der Feuerlinie lag und nicht erreicht oder nicht verlassen werden konnte. Dies ist ein Punkt, auf den Heinz Metlitzky zu sprechen kommt, wenn man ihn fragt, weshalb das ZDF-Studio so weit draussen liegt:

(Originalton:)

Interview

Heinz Metlitzky:

"Weil dieses Studio in einer Krisenzeit eingerichtet wurde, auf den Rat des damaligen libanesischen Geschäftsträgers hin, bewusst ausserhalb der Stadt. Es wurden auch die Wohnungen für die Teammitglieder ausserhalb der Stadt gesucht. Es hat sich gerade jetzt in den letzten Monaten wieder gezeigt: es hat einen ungeheueren Vorteil, wir können abwesend sein von Beirut, die Familien in Beirut haben, sie wohnen nicht in Gebieten wo geschossen wird, gekidnappt wird, wo sie - wo wir unter Umständen damit rechnen müssen, dass ständig in Lebensgefahr sind.

Helmut Greulich:

Aber es funktioniert doch nur, weil M

glieder des Teams Geräte in ihren Wohnungen in der Stadtmitte haben?

Heinz Metlitzky:

Nein, das funktioniert - das muss man anders sehen: In der Regel berichten wir sehr wenig aus Beirut. Libanon ist ein kleines Land. Libanon ist politisch nicht so wichtig. In den wenigen Fällen, wo Libanon wichtig ist, zeigt es sich, dass es einfach besser ist, an mehreren Punkten Ausrüstung zu haben, um sie je der Zeit benutzen zu können,

Einblendung: R. Persönliche Einflüsse

3. Selbstdarstellung

(Originalton:)

Helmut Greulich:

"Das Fernsehen ist, unter anderem, auch ein Jahrmarkt der Eitelkeit. Und den Auslandskorrespondenten insbesondere wird nachgesagt, sie seien besonders häufig im Bild zu sehen. Ist das wirklich immer notwendig?

Heinz Metlitzky:

Ja, es gibt eine Reihe von Fällen, wo es nicht zu umgehen ist, nämlich dann, wenn kein Bild da ist, das der Aussage, die notwendig ist, gerecht wird. Ich mache es z. B. so, dass ich versuche in Bildberichten von 2 Minuten 20 bis 25 Sekunden im Bild zu sein.

Helmut Greulich:

Weshalb?

interview

Heinz Metlitzky:

Das ist etwas, was auch von Zuhause gewünscht wird, um darzutun, der Korrespondent ist am Ort."

(Originalton:)

Heinz Metlitzky:

"Zwischen Japan und Deutschland ..."

DIA
Auslandsjournal,
27. 6. 75

Metlitzky (von
unten) vor Reiter-
denkmal

Ist aber der Kommentar vor der Kamera wirklich immer nötig? Muss man nicht kritisch prüfen, in welcher Pose und vor welchem Hintergrund ein Korrespondent auftritt? Und wird der Zuschauer nicht leicht dazu verführt, Meinungen und Urteile des Korrespondenten zu übernehmen, weil der (im doppelten Sinn des Wortes) immer so gut im Bild ist und über Dinge spricht, die man selbst nur schwer beurteilen kann? Auch in der Möglichkeit, sich selbst darzustellen, hat der Auslandskorrespondent des Fernsehens weitgehend freie Hand.

Einblendung: B. Persönliche Einflüsse

4. Revier-Instinkt

(Originalton:)

Helmut Greulich:

"Den Auslandskorrespondenten wird nach gesagt, dass sie's nicht gern sehen, wenn Kollegen aus der Zentrale in ihr Revier kommen. Dass sie eine Art Revier Instinkt entwickeln. Ist da etwas dran

Heinz Metlitzky:

Ich glaube nicht, dass sie einen Revier

Interview

Instinkt in dem Sinne entwickeln, dass sie auf das Ausschliesslichkeitsrecht pochen. Ich glaube eher, dass manchmal, wenn jemand in den Bereich eines Korrespondenten kommt, und sich dort nicht auskennt, dass er da also sehr viel Unruhe stiften kann. Dass er, ohne es zu ahnen, mühsam aufgebaute Verbindungen zerstört, dass er in Fettnäpfchen tritt, von denen er guten Glaubens meint, dass seien gar keine Fettnäpfchen. Ich meine, dass jeder Korrespondent dann, wenn ein Kollege von Zuhause mit ihm über die Themen spricht, die er da machen will, dass er froh sein wird, dass er meine Unterstützung bekommt.

Helmut Greulich:

Wie definiert Heinz Metlitzky seine Rolle gegenüber dem Korrespondenten der ARD in Beirut?

Heinz Metlitzky:

Ich hab's eigentlich noch gar nie definiert.

Helmut Greulich:

Ja, ist es ein Wettbewerb, ist es eine Konkurrenz, ist es ein ...

Heinz Metlitzky:

Ich glaube, dass es auf dem Schirm manchmal als Wettbewerb für die Kundigen so erscheint. Ich glaube nicht, dass es ein echter Wettbewerb ist. Wer von den Zuschauern schaut sich schon beide Sen-

dungen nacheinander an?

Helmut Greulich:

Es gibt aber doch das Bemühen, den anderen um eine Nasenlänge voranzuziehen.

Heinz Metlitzky:

Ich habe mich, und das ist jetzt wirklich ehrlich, noch nie dafür interessiert, was die ARD jetzt gerade macht und wo sie vor hat. Ich setze meine beiden Ohren und mich selbst nach den Notwendigkeiten ein, wo ich das wichtigste Geschehen erkennen glaube."

Einblendung: B. Persönliche Einflüsse
5. Standpunkt

Interview

(Originalton:)

Helmut Greulich:

"Ich sehe einen weiteren Nachteil in der Lage des Studios. Es liegt im exklusivsten Wohnviertel von Beirut. Mir scheint, dass dabei die Gefahr besteht, dass man den Blick für die Probleme der Schwächeren, der Armen, der Unterprivilegierten verliert.

Heinz Metlitzky:

Also, es ist nicht das exklusivste, das exklusivste ist das Botschafterviertel. Wir haben nur den Botschafter von Ghana und den von Finnland bei uns.

...

Helmut Greulich:

Und von Trinidad und Tobago!

Heinz Metlitzky:

... die sind neu dazugekommen. Alle anderen sind in einem sehr viel exklusiveren Viertel. Wenn man immer dort wohnen würde - vielleicht! Ich hab' jetzt in - in den letzten drei Monaten habe ich 60 Reisetage, in denen ich nicht in Beirut war. Die Bedingungen, unter denen ich dann arbeite, die Leute, mit denen ich dann zusammen komme, sind von einer ganz anderen Art, als meine Mitbewohner in Beirut."

Patienten

Das sind Bilder von verwundeten Zivilisten in einem von den Palästinensern betriebenen Hosprital in Beirut, Opfer blutiger Auseinandersetzungen zwischen Palästinensern und der militanten rechtsextremistischen Phalangistenpartei. Heinz Metlitzky wollte diese Opfer des Bürgerkriegs im Mai dieses Jahres filmen, wurde aber vom verantwortlichen palästinensischen Arzt, Dr. Issad, an seinem Vorhaben gehindert.

Interview

(Originalton:)

Helmut Gräulich:

"Herr Dr. Issad, warum durfte Heinz Metlitzky bei Ihnen nicht filmen?"

Dr. Issad:

Nach meiner Meinung, Herr Metlitzky berichtet nicht objektiv über die Situation der Palästinenser. Ich kenne das persönlich als Student in dem Gebiete, wo ZDF zu sehen ist, dass die Reportage

von Herrn Metlitzky überhaupt nicht der Tatsache entsprechend sind, und wir kennen die Berichte von Herrn Metlitzky '69 bis Mitte '70, sie waren ziemlich objektiv. Aber ab '70 waren die Berichte von Herrn Metlitzky überhaupt nicht objektiv. Er hat uns so hinstellen (wollen), dass wir Terroristen gewesen wären. Dass wir also bloss Flugzeugentführungen gemacht haben und das war eigentlich nicht richtig und objektiv."

Eine persönliche Meinung, die allerdings von vielen Palästinensern geteilt wird. Sie finden, dass Metlitzkys Beiträge ihre Probleme zu wenig berücksichtigen.

Einblendung:
Heute-Beitrag,
3. +. 75 (gekürzt)

Palästinenser-
Lager

(Originalton:)

Heinz Metlitzky:

"Einen so harten Winter ..."

Mit diesem Beitrag dokumentiert Metlitzky, dass er die unglückliche Situation palästinensischer Flüchtlinge sehr wohl erkennt: in vielen Lagern, wie diesen, warten sie auf eine Lösung ihres Problems, auf Selbstbestimmung und Unabhängigkeit.

Vielleicht müssten Bilder dieser Art häufiger gesendet werden, um Verständnis für die Spannungen im Nahen Osten zu schaffen. Von 96 "heute"-Beiträgen Metlitzkys im Jahr 1974 zeigten nur drei die Zustände in palästinensischen

Flüchtlingslagern. Die Mehrzahl aller Beiträge von Heinz Metlitzky behandelte Nahostreisen prominenter Politiker und Konferenzen. Über das politische Gipfelgeschehen berichtet er also ungleich häufiger, als über das Schicksal jener Hunderttausende, über deren Zukunft bisher ergebnislos verhandelt wird. Hintergrundberichte im ZDF-Auslandsjournal und Einzelsendungen von Metlitzky und zum Teil von anderen Mitarbeitern versuchen diese Informationslücke zu schliessen.

Grafik:

Auch diese Sendung entstand unter äusseren Zwängen und unter persönlichen Einflüssen des Autors.

Was wollte Ihnen diese Sendung deutlich machen?

Einblendung:

Karte

Grösse und Charakter des Gebiets

Heinz Metlitzky beobachtet für das ZDF ein Zehntel der festen Erdoberfläche. Grösse und politische Struktur des Gebiets zwingen zu einer strengen Stoffauswahl. Dadurch sind Akzente in der Berichterstattung unvermeidlich.

Einblendung:

Informations-Behinderung

Informationen über politische Sachverhalte sind - in Ländern des Nahen Ostens nicht so zugänglich, wie in westlichen

Demokratien. Oft werden Journalisten bei ihrem Bemühen, Informationen zu sammeln, ganz erheblich behindert.

Einblendung:

Kontrolle und Zensur

Das Bestehen auf Drehgenehmigung, Kontrollen durch Begleitpersonen und in einigen Ländern Zensur beschränken die Berichterstattung empfindlich. Tatbestände, die eine Regierung nicht gezeig haben will, können kaum vermittelt werden.

Einblendung:

Zeitdruck und Zeitzwang

Zeitdruck bei den Aufnahmen, weil bestimmte Versandtermine eingehalten werden müssen, und die Kürze aktueller Sendungen im Fernsehen beeinflussen die Qualität der Beiträge nachteilig, sowohl optisch, als auch inhaltlich.

Einblendung:

Kommunikations-Probleme

Teilweise schlechte Nachrichtenverbindungen oder der völlige Ausfall von Telefon oder Fernschreibern behindern Kontaktversuche mit der Zentralredaktion oder den Informationsaustausch innerhalb der Länder des Nahen Ostens.

Einblendung:

Selbständigkeit

Weitgehende Vollmachten und die damit verbundene Handlungsfreiheit geben den

Korrespondenten einen grossen Ermessens-Spielraum für die Schwerpunkte seiner Berichterstattung.

Einblendung:

Soziale Stellung

Die besondere soziale Stellung eines Auslandskorrespondenten kann dazu führen, dass er die Alltagsprobleme der Bevölkerungsmehrheit aus der Perspektive des gesellschaftlich Arrivierten betrachtet.

Einblendung:

Selbstdarstellung

Die Notwendigkeit, oft aber auch die Versuchung, selbst im Bild zu erscheinen kann unkritische Zuschauer verführen, auch eindeutige politische Urteile des Korrespondenten zu übernehmen.

Einblendung:

Revier-Instinkt

Auslandskorrespondenten müssen sich vor der Versuchung hüten, das ihnen anvertraute Berichtsgebiet als ihr Revier zu betrachten.

Einblendung:

Standpunkt

Der weltanschauliche Standpunkt von Fernsehjournalisten wird ihre Berichte immer mit beeinflussen. Deshalb liefern sie keine hundertprozentig objektiven Berichte. Das gilt ausdrücklich auch für den Verfasser dieser Sendung.

- 41 -

Titel:

Das war
"betrifft: fernsehen"

"Wie fern ist der Nahe Osten"
Arbeitsprobleme eines Auslandskorrespon-
denten

von
Helmut Greulich
Klaus Keimer
Gerhard Engelhardt
Harry Bill
Volker Petry

Beitrag 4 der medienkundlichen Sendereihe

"betrifft: fernsehen"

Titel: DAS GESCHÄFT MIT DEN SCHÖNEN TRÄUMEN

ZDF-Redaktion:	Helmut Greulich/Joachim Obst
Redaktionelle Mitarbeit:	Zuschauergruppe aus dem "Märkischen Viertel", Berlin. Sprecher: Richard Kirste Arbeitsgruppe aus dem "Institut für Publizistik" der "Freien Universität", Berlin Josef Rölz, Redakteur "medium"
	und Dieter Hallervorden als "Showmaster"
Kamera:	Jörg Seidl
Ton:	Jürgen Offermann / Arbeits- gruppe aus dem "Institut für Publizistik"
Schnitt:	Pauline Pauli
Produktion:	Marten Taege, "news & documentary film production", Wiesbaden
Buch und Regie:	Sven Severin

Hinweise zur Transkription unseres Films

Ein Drehbuch ist kein Film: eine Binsenweisheit. Trotzdem wird das immer wieder vergessen. Im Drehbuch lässt sich nachlesen, w a s einer sagt, w i e er es sagt, lässt sich nur sehr unvollkommen andeuten. Pausen, Unsicherheiten, Widersprüche zwischen Sprache und Haltung des Redenden werden bei der Umsetzung in die Schrift fast völlig getilgt.

Bei der Übertragung der Sprache (und Bildsprache) in Schrifttext sind wir davon ausgegangen, dass beim Lesen ein möglichst ähnlicher Gesamteindruck erreicht wird, wie beim Sehen. Das bedeutet, dass die Sprache zwar so wörtlich wie möglich übernommen wurde - nicht jedoch wörtlich in einem rein formalistischen Sinne. So sind manche (ablenkenden) "ähs" und doppelte Satzanfänge, Wiederholungen gestrichen worden. Und in Klammern sind jene in der spontanen Formulierung zuweilen weggelassenen Worte eingefügt worden, die man jetzt beim Lesen vermisst, die man jedoch beim Ansehen des Films automatisch ergänzt.

Originaldekoration der ZDF-Unterhaltungssendung "Hitparade". Arena aus Hannemann-Panelementen, im Folgenden "Studio" genannt.

Man hört eine übertrieben "popige" Version der Eurovisionsfanfare. Dünner Applaus. Man sieht: die Arena ist kläglich besetzt. Etwa zwanzig Menschen sitzen zufällig verteilt in einer Dekoration, in der allmonatlich dreihundert Fans sitzen. Der "Showmaster", Dieter Hallervorden, in modisch-sportlicher Aufmachung mit der bekannten Marktschreier-Attitüde, jedoch mit etwas gebrochenem Optimismus.

Anfangsmoderation **

zu

"betrifft: fernsehen"

Das Geschäft mit den schönen Träumen

Der nun folgende Beitrag übt Kritik an zwei beliebten Schlagersendungen des ZDF. Aber Sie wissen ja, dass Schlager nur einen Teil der Unterhaltung ausmachen; und dass Unterhaltungssendungen der unterschiedlichsten Art im Fernsehen ihren Platz haben müssen, steht ausser Frage.

Natürlich kann man Schlagersendungen auch anders beurteilen, als es hier geschieht. Aber die Redaktion von "betrifft: fernsehen" findet diese Sendung wichtig und notwendig, wobei nicht verschwiegen werden soll, dass die Sendung gegen den Willen des Autors zeitlich unbedeutend gekürzt wurde. Wir sehen in dem Beitrag eine längst fällige Kritik an der Rolle von Schlagersendungen - bitte urteilen Sie selbst, ob Sie sich dieser Meinung anschliessen können.

Noch ein Wort zu der Einleitung des Schauspielers Dieter Hallervorden, der gleich als Showmaster auftreten wird: er spricht davon, dass uns "König Fussball" Zuschauer kosten könnte. Damit spielt er auf die Fussballweltmeisterschaft an, während der unsere Sendung ursprünglich hätte ausgestrahlt werden sollen.

**

(Gesprochen vom verantwortlichen Redakteur der Sendereihe "betrifft: fernsehen", Helmut Greulich)

Schrifttitel:

betrifft: Fernsehen

(251)

Untertitel:

Das Geschäft mit den schönen Träumen

Total (360°-Schwenk
über die "Hitparade"-
Dekoration)

Dieter Hallervorden: (mit gebrochenem
Optimismus)

Einen recht schönen guten Abend,
meine Damen und Herren hier im Studio
und vor allen Dingen bei Ihnen Zu-
hause an den Fernsehgeräten!

Wir kommen heute aus unserem Berliner
Studio zu Ihnen und ich - ich muss es
Ihnen gleich zu Anfang sagen: ich bin
doch etwas enttäuscht! Wir hatten na-
türlich insgeheim doch etwas mehr
Publikum erwartet. Nun, auch wir müssen
wahrscheinlich hier dem König Fussball
Tribut zollen, aber wir hatten natür-
lich doch erwartet, dass wir ein volles
Haus vorfinden, so wie man es für
Unterhaltungssendungen dieser Art ein-
fach braucht, - wie man es für nötig
hält. Aber andererseits verbietet es
auch die Konzeption unserer neuen
Sendereihe, hier einfach Komparsen aus
dem Arbeitsamt einzukaufen. Sie wissen
ja: "Live-Sendung", hier soll nichts
beschönigt, nichts verschleiert werden,
alles soll so kommen, wie es kommt und
so kommt es eben, dass es dazu gekom-
men ist, dass Wenige gekommen sind.

Sein Mikro-Kabel
verheddert sich

Nun, das war auch vorher abzusehen,
die Herren von der Redaktion wussten

das ja ganz offenbar, der Vorverkauf deutete es bereits an. Und es ist vielleicht auch eine Frage der Organisation. Ich möchte hier keinem einen Vorwurf machen, aber diese Frage steht einfach im Raum. Jedenfalls, für uns ist es besch... bestimmt nicht erfreulich.

Nah (Fahrt mit
Hallervorden)

Trotzdem! Die Stimmung ist glänzend und alle Interpreten freuen sich mit mir, hier im Rahmen dieser Sendung zu erscheinen. Zunächst erscheint eine junge Dame, die wirklich mehr Publikum verdient hätte. Ich brauche Ihnen nur den Namen zu sagen, dann wissen Sie schon, wer es ist: Mary Roos mit ihrem neuen "play-back". Danach zeigt Chris Roberts einen "Auftritt" und schliesslich der Grand Charmeur des Deutschen Fernsehens, Udo Jürgens, mit seiner neuesten Meinung über "Applaus in Konserve". Zunächst jedoch, viel Spass mit Mary Roos.

("play-back" **)
Starparade (Probe),
nah

Mary Roos: (singt)
Oh, oh Marlene, erzähl uns doch von
damals,
von deinen wilden Jahren
im alten Berlin.
Oh, oh Marlene, zeig uns die alten
Bilder,

(Mary Roos hält
sich den Mund zu.
Ihre Stimme "singt"
jedoch weiter)

von Dingen, die mal waren
und heut' nicht mehr sind.
Alle tanzten Charleston, Shimmy
vom Grammophon ... (Musik bricht ab)

Sven Severin: (off)

Vielen Dank, was war das, was Sie da
eben gemacht haben?

Mary Roos:

Ich habe "play-back" gesungen. Das ist
ein "Voll-play-back", d. h. ein Musik-
band mit fertiger Stimme drauf.

Sven Severin: (off)

Wie funktioniert denn das?

Mary Roos:

Total. Studiolaut-
sprecher wird ge-
schoben

Wie funktioniert das? Es kommt über ein
Lautsprecher ins Studio und ich höre
das und mache nur die Mundbewegungen
dazu. (Das "play-back" setzt wieder
ein.)

("Beobachtung einer
Szene vor u. hinter
dem Bildschirm" **)
Sende- bild (Fernseher
im Anschnitt)
Übergang auf Sende-
bild der Original-
sendung "Starparade"

Mary Roos: (singt)

Auch die kurzen Kleider gab es schon.
Die Herren schwenkten ihren Strohhut ...
... Doch in der Skala die Revue,
war bunt und fröhlich wie noch nie.
Oh, oh Marlene, erzähl uns doch von
damals,
von deinen wilden Jahren
im alten Berlin.

nah,
hinter der Dekora-
tion wartet in Hock-
stellung Chris Ro-
berts

(Chris Roberts
springt aus der Hocke
locker in die Deko-
ration)

Umschnitt auf
Sendebild

(Chris Roberts
läuft in der Hocke
um die Treppe herum,
läuft die Treppe
hoch)

Sendebild

Oh, oh Marlene, zeig' uns die alten
Bilder,
von Dingen die mal waren und heut'
nicht mehr sind.

Chris Roberts: (singt)
Liebe und Sonnenschein
und wir sind ganz allein,
unter den Palmen am See ...

(Tanzendes Ballett)

Chris Roberts: (singt)
... und auf dem Wasser der stolze
Schwan,
der schaut uns zwei garnicht an ...

("Applaus in Konserve" **)
nah bis gross

Udo Jürgens:
Die Sendungen, von denen hier in die-
ser Sendung gesprochen wird, "Star-
parade" und soetwas, das sind also
wirklich "Live-Sendungen", wo Publi-
kum dasitzt und sich ein Bild von
dem Künstler machen kann, der da auf-
tritt, auch wenn er mit play-back singt

zugegebenermassen.

Aber es gibt auch Sendungen, die noch produziert werden, und das sind die, die mit zu den erfolgreichsten Sendungen zählen, wo z. B. ein Publikum dasitzt, da kommt ein Aufnahmeleiter, gar kein Sänger, der singt, sondern eben ein Aufnahmeleiter, und der sagt jetzt: "meine Damen und Herren, wir filmen jetzt mal einen Applaus von Ihnen, damit wir das schon mal haben. Wir filmen einen Ton, einen schönen Applaus, bitte. Darf ich bitten!" Dann fangen die Leute an zu klatschen. Dann wird also geklatscht und er sagt: "Also auch ein bisschen 'Trampeln'", dann wird also getrampelt und der Aufnahmeleiter macht "so" (Udo hebt wie ein Dirigent die Arme zum "fortissimo"): dann wird es lauter und dann macht er "so" (Arme gesenkt zum "pianissimo"): dann wird es leiser. Und dann hat man diesen Applaus auf einer Konserve.

Und dann tritt so ein Sänger auf, das kann an einem ganz anderen Tag sein, das Publikum sieht ihn garnicht. Und hinterher wird also dieser Applaus drangeschnitten. Und ich weiss nicht, ob das bereits etwas suspekt ist, und ob man nicht versuchen sollte, von solchen Praktiken wegzukommen.

(Applaus im "Studio")

gross
(mit sichtlichem
Unbehagen)

(er winkt ab, jetzt
fröhlich)

Total bis nah
(Hitparade-
Sendung)

gross
Sitzung der Zu-
schauerguppe
(Märkisches Vier-
tel, Berlin)

Dieter Hallervorden:

(Applaus). Wie mir soeben vor meinem Auftritt noch einmal gesagt wurde, verfolgen die Redakteure mit dieser Sendung eine ganz klare Absicht, nämlich, Sie zu überzeugen, dass Unterhaltung im Fernsehen nicht immer so harmlos ist, wie sie daherkommt, sondern, dass sie etwas ganz bestimmtes will: nämlich, Sie daran zu hindern, über Ihren trüben, grauen Alltag nachzudenken.

Jedenfalls jetzt zu unseren nächsten Beiträgen: zunächst denkt Tony aus Hamburg an eine junge Dame namens Anny, mit der ihn freundliche Gefühle verbinden, ein Problem, das uns sicherlich alle interessiert, wie er mir vorhin verraten hat.

Tony: (singt)

Ich denk' an Anny und schau dich an,
als wär' das alles vorbei.

Ich denk' an Anny und weiss, ihr Bild
gibt mich noch lange nicht frei ...

Richard Kirste, Werkzeugmacher: (Sprecher der Zuschauergruppe)

Ich hätte natürlich gerne einmal Künst-

ler selbst gesprochen, ob nun das, was sie singen, für sie vorgeschrieben ist oder ob es etwa dem entspricht, was sie singen möchten. Das wäre für mich eigentlich das Interessanteste gewesen, ob sie nun Texte nach dem aussuchen, was ihnen vorgeschrieben ist, oder was etwa Publikumsgeschmack ist oder ob es wirklich so "von ihnen aus" kommt.

Und das kann man eben hier nicht: dieses persönliche Gespräch mit den Künstlern würde vielleicht mehr Aufschluss geben, - wenn sie die Wahrheit sagen würden.

nah

Tony u. Oliver Bendt
in der Garderobe der
Berliner Hitparade

Tony:

... Unternehmerrisiko: ganz einfach! Ich betrachte also meine Musik als einen Artikel. Wenn ich diesen Artikel auf den Markt bringe, will ich damit Geld verdienen. Das ist also mein Voratz. Ja?

Und wenn ich für mich selbst, - also wenn ich "Kunst" machen möchte, dann setze ich mich Zuhause hin, zupfe meine Gitarre und sing' meine Liedchen. Und - wenn ich aber Geld verdienen will, muss ich im Grunde irgendwo dem Publikum, von dem ich im Grunde verlange, dass es mir das a b k a u f t , muss ich diesem Publikum das bieten, was es möchte ...

(neben Tony)

Oliver Bendt:

... Man kann einen gewissen Idealismus haben, aber was nützt mir der Idealis-

mus, wenn ich Zuhause z. B. keine Miete bezahlen kann und nicht für den Unterhalt aufkommen kann, den ich brauche. Also mit anderen Worten, wie Tony schon sagte, irgendwann kommt man zu der Überzeugung: es ist doch ganz gut, erst mal "mitzuspielen". Und, wenn man nämlich Erfolg hat, dann kommt man ja auch irgendwann mal an den Punkt, wo man selbst das verwirklichen kann, nämlich, dass man nicht mehr Rücksicht nehmen muss ...

Sven Severin:

Kennen Sie oder nennen Sie Beispiele wo das ...

Tony: (unterbricht die Frage von Severin)
... Was nützt es, wenn Sie - wenn Sie von "Problemen" beispielsweise singen, - wenn kein Mensch Sie anhört?

Oliver Bendt:

Genau ... !

Tony:

Was nützt das? Nichts! Garnichts!

Total

Hitparade (Auschnitt)

nah

Tony u. Oliver Bendt
in der Garderobe der
Berliner Hitparade

Tony: (singt)

In deinen Augen, da steht geschrieben,
dass du weisst was ich will
und was ich fühl' ...

Tony:

Und ich, mein - mein persönlicher Geschmack, ist teilweise auch ein anderer als der, den ich beispielsweise inter-

pretiore. Ich habe, wie gesagt, früher Beatmusik gemacht und habe zu der Zeit auch über deutsche Interpreten gelacht und habe mich lustig gemacht. Ich musste aber tatsächlich mich belehren lassen: Ich habe mit vielen Interpreten gesprochen, über die ich vorher gelacht habe, und habe in diesem Gespräch festgestellt: das sind cleverere Geschäftsleute. Die machen das eben, um Geld zu verdienen, weil es "job" ist, ganz einfach und weil es auch in gewissem Sinne doch Spass macht. Es macht einfach Spass.

Truck Branss und
Dieter 'Thomas' Heck
in der "Hitparade"-
Dekoration
Gross (Schwenk zwischen
Branss u. Heck

Sven Severin:

Entspricht Ihre Sendung Ihrem Geschmack?

Truck Branss:

Sie sprachen mit Herrn Heck eben.

Dieter 'Thomas' Heck:

... Wir haben uns eben persönlich unterhalten und jetzt kam Ihre Frage, die dahin geht, ob uns die Sendung gefällt? Oder ob Herr Branss ...? Sie haben Herrn Branss gefragt, also muss Herr Branss auch antworten.

Truck Branss:

Also gut, dann werde ich antworten drauf. Ob die Sendung meinem persönlichen Geschmack entspricht? Die Machart der Sendung entspricht meinem persönlichen Geschmack. Ja! Dass viele

Darbietungen hier nicht meinem persönlichen Geschmack entsprechen ... Ich bin Jazzer, also das muss ich dazu sagen, das ist nun etwas ganz anderes, nicht? ...

nah

Tony u. Oliver Bendt
in der Garderobe der
Berliner Hitparade

Oliver Bendt:

Was ich privat an Musik mache, das hat damit vielleicht jetzt nichts zu tun, was ich auf Platten singe. Ich habe auch eine andere Musik, die ich gerne mag, Calypsomusik, Jazz ...

Truck Branss u.

Dieter 'Thomas' Heck
in der "Hitparade"-
Dekoration

Truck Branss:

... Und, dass also ein grosser Teil der Titel, die hier gesungen werden, hier nicht meinem persönlichen Geschmack entsprechen, ist also logisch.

nah

Dr. Weising, Unter-
haltungsredakteur,
verantwortlich für die
Sendung "Disco 74"
sitzt in den Zuschauer-
reihen der Dekoration
der ZDF-Sendung "Star-
parade" (Rhein-Main-
Halle, Wiesbaden)

Dr. Klaus Weising:

Wenn man, egal aus welchen Gründen: Geschmack oder politische Einstellung oder Ideologie, sagt, "mit dieser Musik mit dieser Volksverdummung, kann ich mich nicht identifizieren", - dann soll man es lassen.

Ich finde es ungeheuer verlogen, 7000 Mark zu kassieren und dann in Interviews zu sagen, "aber ich finde das alles ganz schrecklich und das ist garnicht meine Musik".

(Applaus im Studio)

Total

(zu den Zuschauern
auf den Rängen ge-
wandt)

(wieder in die Kamera
sehend)

(Mädchen über-
reicht mit Fan-
Attitüde Clivia-
Blüte)

(er verwechselt kurz-
fristig die Clivia-
Blüte in seiner Hand
mit dem Mikrophon in
seiner anderen Hand)

Dieter Hallervorden:

Und nun, meine Damen und Herren, habe
ich das ganz besondere Vergnügen, Ihnen
die Zuschauer des heutigen Abends vor-
zustellen. Wenn Sie vielleicht ein
bisschen - äh - zusammenrücken!

Die Zuschauer sind nämlich ein ganz
besonderes Publikum, sie haben sozusam-
gen die Sendung, die Sie heute Abend
sehen, selbst gemacht, und wenn sie
nicht gekommen wären, dann säße ich
womöglich alleine hier.

Oh, vielen Dank.

Da sind zunächst die Damen und Herren
der Zuschauergruppe aus dem Berliner
Märkischen Viertel, (distanziert)
ich begrüße sie - ich begrüße sie
(weiterhin distanziert). Ich begrüße
auch die Studenten des Publizistischen
Instituts der Freien Universität Berlin
und ich begrüße (sehr viel weniger
distanziert) last not least, wie immer,
ganz, ganz besonders herzlich den Re-
gisseur dieser Sendung: Sven Severin.
Wo ist er denn?

(Stimme aus dem Hintergrund: der ist
in der Kantine.)

Starparade
SendeBild

Udo Jürgens: (singt)

... das ist das Lied das um dein
Leben sich dreht.

Mal bist du oben und mal gehst du k.o.

- ho ho ho ho ho.

Vom grossen Kuchen willst auch du
gern ein Stück,

es gönnt dir keiner und du kämpfst
um dein Glück,

mal bist du Sieger und mal gehst du k.o.

- ho ho ho ...

gross
Udo Jürgens in
seinem Haus

Udo Jürgens:

"Das Lied, das nie zu Ende geht" ...,
ist eine frohe Betrachtung, wo ein Lied
mit einem Lebenslauf ein wenig ver-
glichen wird und ich glaube, das ist
nicht ein Text, wo man sich, weiss
Gott wie, aufraffen muss, um dahinter
zu stehen. Texte, hinter denen man
"stehen" muss, sind, glaube ich, etwas
schwerer gelagert und etwas komplizier-
ter. Es ist ein frohes, unkompliziertes
erfrischendes Lied, - so würde ich das
sehen.

Starparade
SendeBild

Udo Jürgens: (singt)

... Mal bist du oben und mal gehst
du k.o. ...

nah
Richard Kirste,
Sprecher der Zu-
schauerguppe, Berlin

Richard Kirste, Werkzeugmacher:

Also, auf einen "Jürgens" mag so ein
Lied zutreffen: "Mal bin ich oben,
mal bin ich unten". Denn das "Oben

und Unten", diese Schwankungen, die sind wohl mehr vertreten in den freien Berufen und ähnlichem, - aber wohl kaum in Arbeiterkreisen.

Natürlich kann jetzt mal, wenn jetzt 'ne Rezession kommt mit Erwerbslosen, dann geht's natürlich den Arbeitern weitaus dreckiger als heute, das steht fest. Bloss: i s t das so weit, "oben und unten"? War ich überhaupt schon mal oben? Ich war ja eigentlich nie oben, nicht!

Denn, wenn ich heute mein Auskommen habe, bin ich noch lange nicht "oben". Das wollen wir doch mal klar sehen. "Oben" kann ich doch nur sagen, wenn ich heute ein Leben führen könnte, - könnte sagen: ach weisst Du, heute scheint die Sonne, ich werde mir ein Taxi nehmen, fahre raus, irgendwie an die Sonne und werde mich sonnen und nicht, dass ich in meine Fabrik gehe und an der dreckigen Maschine rumfummle.

Also: das wäre "oben", dass ich ein relativ selbständiges Leben führen kann. Dann kann ich sagen: "jetzt bin ich oben". Aber: ich kann doch eigentlich nie oben sein! Seien wir ganz ehrlich: ich werde immer der "kleene Popel" bleiben. Darüber bin ich mir total klar.

Starparade
SendeBild

Udo Jürgens: (singt)
... Vom grossen Kuchen willst auch du

gern ein Stück.

Es gönnt dir keiner und du kämpfst
um dein Glück.

Mal bist du Sieger und mal gehst du k.o.
- ho ho ho ho ho. ...

Gross

Udo Jürgens in
seinem Haus

Udo Jürgens:

Der grosse Kuchen, von dem ich auch
gern ein Stück möchte, in dem Lied,
den würde ich genau so interpretieren,
wie er in dem Lied drinsteht: nämlich
als Abfinden oder vielleicht auch
Unterstreichen oder vielleicht auch
Unterschreiben einer Gesellschaftsform
in der wir leben, die nämlich auf dem
Leistungsprinzip aufgebaut ist. Wir
haben keine bessere Gesellschaftsform
bis jetzt erfunden, als das Leistungs-
prinzip. Ich kann auch keine Alternative
anbieten. Vielleicht angenehmere Vor-
stellungen gibt es, aber ich wüsste
keine. Und da sagt man eben: "Vom gros-
sen Kuchen willst Du auch ein Stück";
und ein Stückchen vom Kuchen möchten
zweifelloos Sie (er zeigt zum Filmteam),
ein Stückchen möchte ich, ein Stückchen
möchten die Leute, die zugucken -
jeder kämpft darum.

nah

Richard Kirste,
Sprecher der Zu-
schauerguppe, Berlin

Richard Kirste, Werkzeugmacher:

In den Schlägern wird das immer so
dargestellt: es wäre erreichbar; wäh-
rend im wirklichen Leben, es eben
nicht erreichbar ist.

Es soll vielleicht auch den Menschen von dem ablenken, sich vielleicht mal darüber klar zu werden, wie wäre eine Veränderung des Lebens für alle erreichbar? Und das tut eben der Schlager nicht. Er bestätigt eigentlich nur, dass es an den "Einzelnen" liegt und wird niemals eine Gemeinsamkeit irgendwie fördern, nicht! Hier soll jeder auf sich alleine gestellt, ein Ziel erreichen und die Gemeinschaft selbst, die ja nur noch Veränderung schaffen kann zum - zu Gunsten aller, wird dabei ausgeklammert. Das heisst, hier in den Schlagern wird auch ein Egoismus betont und wird auf Egoismus hingewiesen, dass nur der zum Erfolg führt.

Starparade
SendeBild

Udo Jürgens: (singt)

... Es gönnt dir keiner und du kämpfst
um dein Glück ..

gross
Udo Jürgens in
seinem Haus

Udo Jürgens:

Ich seh' das nicht in einer Form der
Raffgier, sondern ich seh' das in einer
Form, in einer gewissen Form der Ver-
teilung: der, der etwas mehr arbeitet,
holt sich etwas mehr, als wie der,
der nichts arbeitet.

nah
Richard Kirste,
Sprecher der Zuschauer-
gruppe, Berlin

Richard Kirste, Werkzeugmacher:

"Jeder ist seines Glückes Schmied",
sagen wir doch das mal ganz krass aus-
gedrückt, und das stimmt natürlich
nicht. Natürlich gelingt es von der

Masse mal dem einen, sich aus dieser Masse herauszuheben und den sogenannten Wohlstand zu erreichen, den er sich erträumt hat, eine relative Unabhängigkeit und ein gewisses Vermögen. Bloss, es wird doch so den Leuten weissgemacht: praktisch kann es jeder. Und das ist natürlich die grosse Lüge.

Vor allen Dingen bedeutet das auch, dass wer das schafft, muss ein ungeheurerer Egoist sein. Er kann es nicht alleine schaffen, denn er kann es nur auf Kosten eines anderen schaffen. Denn, alleine ist wohl keiner in der Lage, wenn man sich die Lohnverhältnisse ansieht, vielleicht eine Million zusammenzubringen. Ist ja nicht möglich! Denn, wahrscheinlich, wenn ich mein ganzes Leben gearbeitet habe und mein gesamtes Geld, was ich in diesen fünfzig Berufsjahren etwa dann zusammengetragen habe, das ergibt lange keine Million! Also kann er das nur auf Kosten eines anderen schaffen. Alleine gar nicht. Das heisst also, hier wird der Egoismus des Einzelnen noch angestachelt, denn nur mit eigenem Egoismus kann er das schaffen, niemals - sagen wir mal, dass er sich sozial verhält und es trotzdem schafft. Man kann also nur die andern als Treppe benützen, um dies Ziel zu erreichen.

Opening "Starparade"
Balettgruppe auf Deko-

Rainer Holbe: (tritt auf)
Einen recht schönen, guten Abend meine

rationstreppe
Sendebild

(nah)

Rainer Holbe
in der "Prominenten-
ecke" der Starparade-
Dekoration

Damen und Herren und herzlich willkommen
zur 24. Folge der Starparade ...

Rainer Holbe:

Wir kommen den Leuten ins Haus und
haben einen Smoking an und sind von
Flitter umgeben und ich renne hier 'ne
Treppe runter und wieder rauf und bin
von hübschen Mädchen umgeben. Und so
einem Menschen dann mal privat die
Hand zu schütteln, das muss für die
Leute ein Hochgefühl sein. Ich - ich
kann mir das nur so erklären, wie ich
das eben getan habe.

(Applaus im Studio)

gross

(Hallervorden wendet
sich an einen einsam
in der Dekoration des
Studios sitzenden
"Gast" - den obligato-
rischen Renommier-
professor -: ebenfalls
von Hallervorden ge-
spielt. Zwischen beiden,
dem "Moderator" und dem
"Professor" entwickelt
sich während des Gesprächs
ein geheimes Einverständ-
nis)

gross

Dieter Hallervorden:

Vielen Dank, Rainer Holbe, schon sind
wir mitten im nächsten Beitrag, und
es ist mir ein ganz besonderes Ver-
gnügen, meine Damen und Herren, Ihnen
unseren heutigen Studiogast vorzu-
stellen, Herrn Professor Clemens Hin-
terhaller, den bekannten Soziologen
und Medienforscher.
Guten Abend.

Hinterhaller:

Guten Abend.

Dieter Hallervorden:

Herr Professor, Flitter, hübsche Mäd-

chen, Treppen und Stars, die sie besteigen, scheinen im Fernsehen, so meinte mein Kollege, Rainer Holbe, gerade, eine ganz besondere Anziehungskraft auszuüben. Warum?

gross

Hinterhaller:

Was der Zuschauer im Fernsehen will, hängt ja eng zusammen mit dem, was er während seiner Arbeitszeit nicht hat, nicht! Also, da ist er ja bekanntlich nicht von Flitter umgeben, es sei denn, er ist Chef, - und das sind ja bekanntlich nur wenige. Gesellschaftlich gesehen arbeitet er ja auch mehr, als er verdient, wo ist also sein sichtbarer Erfolg? Leute dagegen, die in grossen Shows auftreten und dafür sehr viel Geld und Erfolg kassieren, erreichen das mühelos ohne Stechuhr und Fließband, so jedenfalls sieht das im Fernsehen aus. Nicht wahr!

gross

Dieter Hallervorden:

Leuten, die Erfolg haben, die Hand zu schütteln, sei für den Zuschauer ein Hochgefühl, sagt mein Kollege, Rainer Holbe.

Mal ganz naiv gefragt: wäre es da nicht besser, wenn der Zuschauer dieses Hochgefühl bereits am Arbeitsplatz äh - äh ...

gross

Hinterhaller: (hilft aus)

... ja bereits am Arbeitsplatz - ja,

sicher. Nun, bei den bestehenden Verhältnissen genügt es allerdings, wenn der Zuschauer abends an den Knöpfen seines Fernsehgeräts frei "schalten und walten" kann und äh - da Hochgefühle entwickelt. Sehen Sie, der ideale Konsument entwickelt seine eindrucksvollsten Kaufimpulse ja bekanntlich durch Unlust. Und wo kann Unlust nun mal besser gedeihen, als am Arbeitsplatz?

Gross

Dieter Hallervorden:

Vielen Dank, Herr Professor.

Ja, meine Damen und Herren, desto mehr bleibt es unsere Aufgabe, Ihnen die Unlust zu nehmen!

Hitparade,
Berlin

Chris Roberts: (singt)

Schau in den Spiegel wie schön du bist.
Bist noch schön in den Jahren,
wenn in den Haaren,
Silber ist.
Freu dich mit mir auf ...

Chris Roberts und
Mary Roos in der
Starparade-Garderobe,
Wiesbaden (Rhein-
Main-Halle)

Chris Roberts:

Ich glaube überhaupt, dass der "Schlager" eine Art Lebenshilfe ist. Es klingt ein bisschen - es klingt eigenartig, ich weiss es, aber - aber es

ist so. Ich kann es belegen an Post, an Briefen, die ich habe, wie vielen Menschen man mit dem Schlager helfen kann ...

Richard Kirste,
Sprecher der Zuschauer-
gruppe, Berlin

Richard Kirste, Werkzeugmacher:

Also, hierbei ist eins der Fall, und das war in Altertum das gleiche: von den wirklichen Problemen des Einzelnen sollte abgelenkt werden, damit sich nicht das Interesse auf diese Probleme richtet. Denn dann würde das Volk früher schon gesehen haben, in welcher Misere es steckte. Das war also eine Volksbesänftigung, und das gleiche wird heute mit den Unterhaltungssan-
dungen betrieben. Denn wir sehen ja, dass - oder hören hier, in diesem Falle, dass ja kein Lied irgend eine Kritik ausspricht, irgendwie den Menschen wirklich darauf aufmerksam macht, wie geht's in deinem Leben vor! In welchem Existenzkampf steckst du, wie verhältst du dich innerhalb deiner Familie, welche Kämpfe finden auch innerhalb der Familie statt, wie schwer ist es überhaupt im Leben, sich zu behaupten. Sondern, hier geht immer alles so schön glatt über die Bühne.

Natürlich ist mal ein Song von ent-
täuschter Liebe dabei, und da identi-
fizieren sich auch einige, nämlich die,
die gerade eine Enttäuschung im Leben
erlebt haben, eben auf dem Liebes-
sektor, aber niemals eine Enttäuschung

nah

Rainer Holbe in der
Garderobe der Star-
parade (Rhein-Main-
Halle)

(Dieter Stolte,
Programmdirektor,
SWF *)

im Arbeitssektor oder im politischen
Leben oder sonstwie.

Das heisst also: hier wird echt abge-
lenkt von den wirklichen Problemen.

Rainer Holbe:

Ich möchte diesen Satz von der heilen
Welt nicht pausenlos strapazieren,
aber wir bieten den Leuten keine Pro-
bleme an, dass ist das, was also, -
was ... Sie haben vorhin den Herrn
Stolte* zitiert, wir wollen also die
arbeitende Bevölkerung ein bisschen
aufheitern. Letztendlich sind wir die
elektronischen Hofnarren des 20. Jahr-
hunderts und wir befriedigen ein Publi-
kum, das nicht unbedingt zu einer
elitären Schicht gehörte, wie das da-
malige Publikum, das sich einen Hof-
narren ja sehr viel kosten liess. Gute
Hofnarren waren damals gefragt und
sind's heute auch noch.

(Applaus im Studio)

nah

Hallervorden
zieht eilfertig
eine Schrifttafel
aus dem Jackett

Dieter Hallervorden:

Danke, Rainer Holbe, das - das sollte
immer wieder gesagt werden: schreiben
Sie uns, meine Damen und Herren, schrei-
ben Sie uns Ihre Wünsche, Ihre Probleme!
Wir sind für Sie da!

Unsere Anschrift: ZDF, "betrifft:
fernsehen", 65 Mainz, Postfach 4040.
Äh - selbstverständlich läuft auch bei
uns - wie bei Ihnen in der Firma - so

eine Anregung den üblichen Dienstweg. Also: aus dem Postfach zur Postverteilungsstelle, von der Postverteilungsstelle zur Redaktion, zur Abteilung, zur Hauptabteilung, zur Programmdirektion, von da aus weiter zum Intendanten, dann zum Verwaltungsrat, zu den Parteiausschüssen, zum Fernsehrat - der tagt zweimal im Jahr - von da aus direkt wieder - auf direktem Wege natürlich! - zum Verwaltungsrat, zur Intendanz, zur Programmdirektion, zur Abteilung, - zur Hauptabteilung vorher natürlich! - dann zur Redaktion - und von da aus d i r e k t zu mir.

Und ich kann Ihnen versichern, liebe Zuschauer: alle Herren machen sich sehr, sehr viele Gedanken darüber, wie Ihre Wünsche und Probleme am besten zu äh - äh (*) zu bewältigen sind.

(* wegwerfende
Handbewegung)

Heino in der
Hitparade

Heino: (singt)
Und eine Wolke kam einsam gezogen ...

nah
Tony u. Oliver Bendt
in der Garderobe
(Hitparade)

Tony:
Wir machen unsere Geschäfte mit unserer
Musik. Wir stellen eine Ware her. Für

nich ist die Musik, die ich herstelle, eine Ware und wir wollen, dass diese Ware ein "hit" wird, ein "hit" kommt ja von Verkaufsschlager im Grunde, - dass er möglichst viel verkauft wird, und dass er möglichst viel Geld einbringt.

Und nebenbei ist es auch noch schön, dann festzustellen, dass, wenn dieser - diese Ware ein "hit" wird oder dieser Schlager ein "hit" wird, ja, dass es dann, nur dann passiert, wenn es auch nur viele Menschen erfreut. Nur dann wird es ein "hit".

nah
Richard Kirste,
Sprecher der
Zuschauergruppe,
Berlin.

Richard Kirste, Werkzeugmacher:
Von seiner Warte aus hat er recht. Sagt er: "Ich komme dem Publikum entgegen, verdiene damit mein Geld!" Das ist von seiner Warte aus ohne weiteres ein richtiger Standpunkt. Die Leute kommen ihm, leider Gottes, da eben entgegen, dass sie diesen Dreck dann kaufen.

(* Tony)
Bloss, jetzt muss man sagen, ja w a -
r u m kaufen sie das? Da habe ich mir
auch schon Gedanken darüber gemacht.
Im Grunde verwirklicht er (*) in den
Liedern nur eine Welt, die sich jeder
wünscht. Das ist doch so: hier wird,
sagen wir mal, von Liebe gesprochen,
die heute relativ arm, wenig vorhanden
ist. Jeder Mensch sehnt sich nach "Wärme".
Wo haben wir sie? Selbst in den Familien
hat man nicht mehr dass, was man unter
"Wärme" versteht. Und die erfüllen

praktisch die Sehnsüchte, die der Mensch innerlich verspürt, in ihren Schlagern. Im Inneren weiss jeder: so wie ich lebe, ist es ja nicht richtig. Er passt sich eben nur der Zeit an. Innerlich hat er aber ein ganz anderes Bedürfnis und dem kommen die entgegen und darum haben sie ihre Erfolge mit den Schlagern. Gar nicht anders!

Christian Anders
in der Hitparade,
Berlin

Christian Anders: (singt)
Einsamkeit hat viele Namen,
viele Namen, doch einen nur für mich.
Einsamkeit kann nur bedeuten das verlorene Glück ...

nah
Walter Kahl,
promotion-director,
EMI-Elektrola in
seinem Kölner Büro

Walter Kahl:
Nun, nun das Ganze ist im Grunde genommen nur ein Kreislauf: wir bieten den Titel beim Fernsehen an, der Künstler, gesetzt der Fall, er wird angenommen, der Künstler tritt in dieser Sendung auf, er wird populär, der "Titel" wird einem grossen Publikum vorgestellt, das Publikum kauft den Titel am nächsten Tag im Geschäft, - oder nicht, dies entscheidet schliesslich der Verbraucher - und das beflügelt uns, - oder auch nicht - entweder weiterzumachen oder aufzuhören.

gross
Dr. Klaus Weising
u. Dr. Steinhoff
(Abteilung Unterhaltung im ZDF) in der
Auswahlsitzung der
Hitparaden-Jury

Sven Severin: (off)
Offensichtlich haben da Industrie und Fernsehen in weiten Bereichen des Unterhaltungssektors dieselben Interessen, sonst würde dieser Kreislauf ja nicht funktionieren?

Dr. Klaus Weising:

Das sind - ist eine - im Augenblick jedenfalls eine ziemliche Interessensidentität: die Ariola hat Interesse, dass Udo Jürgens Fernsehen macht; der Zuschauer will Udo Jürgens sehen; wir, das Fernsehen, haben Interesse, den Zuschauer zu kriegen und weil wir wissen, dass er Udo Jürgens sehen will, nehmen wir Udo Jürgens. So schliesst sich der Kreis.

nah

Richard Kirste,
Sprecher der Zuschauergruppe, Berlin. Im Hintergrund Heinz Herrmann, Angestellter (Zuschauergruppe Märkisches Viertel, Berlin)

Richard Kirste, Werkzeugmacher:

Ja, wie kann er sich den hinstellen: "Das Publikum will es so!" Meint er nun, weil die Einschaltquote soundsoviel Prozent beträgt? Danach kann er gar nicht gehen. Wenn keine Alternative dazu da ist, dann bleibt mir einfach nichts anderes übrig.

Heinz Herrmann, Angestellter:

Doch, die ist doch da.

Richard Kirste, Werkzeugmacher:

Welche?

Heinz Herrmann, Angestellter:

Doch - es gibt doch auch, ich meine doch ...

Richard Kirste, Werkzeugmacher:

... auszuschalten!

Heinz Herrmann, Angestellter:

... es gibt doch politische Kommentare und - und ausgesprochen politische Sendungen, nicht? Und Problemstücke!

(Intendant Prof.
Karl Holzamer,
ZDF *)

Und da ist, - leider möchte ich sagen -
die Einschaltquote nicht so hoch, und
das hat der Holzamer * festgestellt und
darauf nimmt er Bezug.

Richard Kirste, Werkzeugmacher:
Ja ...

Heinz Herrmann, Angestellter:
Und er richtet sich oben - er geht
eben den bequemen Weg und richtet sich
eben nach der Majorität, und die Majorität ist ja mehr oder weniger indifferent oder indolent und will ja nur unterhalten und berieselt werden. Wenn die von der Tagesarbeit kommen, dann wollen sie nicht plötzlich noch furchtbar nachdenken müssen über irgendwelche Probleme und da wollen die nicht noch vorgehalten bekommen, wie schlecht es ihnen geht, nicht? Die wollen dann unterhalten werden und dann, nicht? Dann haben sie die richtige Bettschwere, dann legen sie sich ins Bett und dann sagen sie: "das war aber sehr nett heute nicht? Und amüsieren sich, schmunzeln vor sich hin und dann sind sie zufrieden. Nicht?

Richard Kirste, Werkzeugmacher:
Also, ich bin der Meinung ...

Heinz Herrmann, Angestellter:
Es i s t doch so!

nah
Walter Kahl, promotion-
director

Walter Kahl:
... Aber, das gibt uns wiederum die
Bestätigung, dass wir in dieser Weise

weitermachen können. Und dann beginnt das ganze Spielchen wieder von vorne. Wir beginnen wieder mit der Musikproduktion. Das ganze geht an den Rundfunk, Fernsehen, Presse und andere wichtige Medien usw. usw.

ah
m Studio

Dieter Hallervorden:

Meine Damen und Herren, die Redaktion hat mir gerade nochmal gesagt, ich möchte Sie darauf hinweisen, wie nützlich das alles miteinander verflochten ist, nicht wahr: singen - senden - hören - kaufen. Wie praktisch, nicht wahr? Kaum hören Sie einen Schlager probeweise zum ersten Mal im Fernsehen - Sie brauchen gar nicht genau hinzuhören - schon haben Sie ihn praktisch zum ersten Mal gekauft. Na ja, wo Sie doch Fernsehgebühren bezahlen, nicht? So einfach ist das!

ross
r. Klaus Weising
n. der Jurysitzung
er Hitparade

Dr. Klaus Weising:

Man tritt ja kein - keiner in einer verkaufsfördernden Sendung auf wegen der Gage, ob das tausend oder beim zweiten Mal zweitausend Mark sind, sondern wegen des Verkaufserfolges.

Sven Severin: (off)

Das heisst, wegen der indirekten Gage,

durch den Verkaufswert (der Schallplatten *) ...

Dr. Klaus Weising:

Wegen des Verdienstes, der daran gekoppelt ist, dass er praktisch eine Gratiswerbung hat.

nah

Michael Holm
in seiner Wohnung
in München:

Michael Holm:

Als Beispiel: Wenn man dann einen Auftritt hat in der "Hitparade", "Disco", "Starparade", "3 mal neun" und wo auch immer, dann ist das sozusagen ein Werbespot, ja? Und die Interpreten sind da schon in der Hinsicht drauf eingegangen, dass sie also mit viel geringeren Gagen zufrieden sind, als es normaler Weise sein würde und das Fernsehen auch viel weniger zahlen muss, als es üblicher Weise in einer Veranstaltung oder sonstwo der Fall wäre. Das heisst: man bezieht diesen Werbeeffect, den ein Auftritt eines Interpreten im Fernsehen bedeutet, den bezieht man schon ein, - in die Gage.

nah

Hallervorden zieht

Dieter Hallervorden:

Also, meine Damen und Herren, ich halte das doch für sehr unwahrscheinlich, dass Schlagersendungen irgend etwas mit Werbung zu tun haben sollen! Und eigentlich ist es ja auch ganz leicht zu beweisen: zum Glück haben wir ja den "Staatsvertrag", haben wir

ein schwarzes
Täfelchen aus seinem
Jackett. Vorn steht
"Staatsvertrag", er
wendet es, hinten-
drauf steht "§ 22"

Gross
Dr. Klaus Weising

den § 22 und da steht ja schwarz auf
weiss: "Das Werbeprogramm ist deutlich
vom übrigen Programm zu trennen."
Wenn Schlagersendungen also Werbe-
sendungen wären, dann würde man das
ja merken, nicht?

Dr. Klaus Weising:

Ende Februar kommt in die "Disco"
Gilbert O'Sullivan für, glaube ich,
zweieinhalb Tausend Mark. Der kommt
mit Sicherheit nicht, weil er zwei-
einhalb Tausend Mark verdienen will,
der kriegt nämlich 15.000 Mark für
eine halbe Stunde in London, sondern,
weil seine Leute ihm sagen: "Du musst
ab und zu Dich mal in Deutschland
blicken lassen, dann gucken die Leute,
dann kaufen Sie Deine Platten."

Bildstand:
auf dem Bild von
Dr. Weising er-
scheint ein Insert.

Text:

"Marktwert" eines Interpre-
ten ca. 15.000,-- DM.
ZDF-Gage für seinen Auftritt
ca. 2.500,-- DM.

Er "verzichtet" also auf:

12.500,-- DM Gage.

Ebenso bezahlt er die Musik-
produktionskosten:

ca. 5.000,-- bis ca. 10.000,-- DM.

Dr. Klaus Weising:

Dasselbe gilt für die Hitparade. Kein
Interpret kommt um Tausend Mark oder
Zweitausend Mark zu verdienen.

- 30 -

im Studio

(deutet auf die
kleine Grafik in der Hand
mit der Aufschrift
"Staatsvertrag")

Dieter Hallervorden:

Wenn also - w e n n Schlagersendungen
Werbesendungen wären, dann - dann
hätten wir ja fast kommerzielles Fern-
sehen im Land. Da das aber nicht sein
darf äh - äh - äh, nicht?

Da müsste das Fernsehen ja viel mehr
eigene Schlagersendungen produzieren,
ja ganz einfach, um den Makel loszu-
werden "Werbegeld der Industrie" zu
sein. Nicht?

nah
Walter Kahl, promotion-
director

Walter Kahl:

Ja, da ergibt sich natürlich erstmal
die Frage, wer soll diese Eigenpro-
duktionen finanzieren? Die Anstalten
selbst, die - teilweise schon bis
zum Hals - im Defizit stecken? Wenn
man - äh - man ... na ja, das lassen
wir. (Lacht *)

nah.
Rainer Holbe in
der Dekoration
der Schlagerparade

Sven Severin: (off)

Warum könnten nicht die Sender selber
Texte und Musiken entwerfen, für dies
Interpreten?

Rainer Holbe:

... könnten sie, könnten sie!

Sven Severin: (off)

Warum wird das nicht gemacht?

nah

Rainer Holbe

Rainer Holbe:

Weil ja der Aufwand viel zu gross ist und weil wir glauben, dass der Zuschauer ein Recht auf ein Höchstmass von Qualität hat. Wenn wir jetzt erst anfangen würden und hier in der Halle neue Lieder zu produzieren, das würde einfach nicht gehen, dazu reicht unser Geld überhaupt nicht aus. Auf jedenfall müsste man dann den Texter noch extra bezahlen, den müssten wir dann bezahlen, dann den Komponisten noch extra bezahlen. Was wir jetzt machen ist lediglich: wir führen die Gema-gebühren ab von den Texten, von der Musik und wir bezahlen den Chris Roberts als Interpreten. Wir bezahlen aber nicht dieses ganze Monstrum, das dazugehört, um so eine Aufnahme überhaupt zu machen.

Gross

Sven Severin: (off)

Das bezahlt die Industrie dann?

Rainer Holbe:

Das bezahlt die Industrie.

Total

Jung, managing-
director der EMI-
Elektrola in seinem
Kölner Büro

Herr Jung:

Natürlich, wir sind keine Wohltäter. Wir erwarten, wäre auch Unsinn, das zu verneinen, wir erwarten Gegenleistungen oder Berücksichtigungen unserer Interessen. Trotzdem kommen wir nicht
dann

vorbei, ihnen (dem Fernsehen *) die Entscheidungen zu überlassen, was sie nehmen und wie sie's nehmen.

nah bis gross
Schwenk
Ernst Herborn,
Dr. Steinhoff,
Dr. Weising von der
Unterhaltungsredaktion

(verantwortlicher
Redakteur für die
ZDF-Hitparade *)

Sven Severin: (off)

Ist denn die Industrie, im Zusammenhan mit der Auswahl der "Hitparaden"-Titel schon einmal mit Bestechungsversuchen an Sie herangetreten?

Dr. Klaus Weising:*

Das müssen Sie den Dieter Weber fragen

Dr. Dieter Steinhoff:

Ja, da müssen Sie den Redakteur fragen
Das ist Dieter Weber. Da sind wir ja also nicht mit konfrontiert, sehen Sie

Ernst Herborn:(zu seinen Kollegen)

Ich meine, wenn er geschickt gewesen wäre, hätte er (der Fragesteller *) die Frage unfunktioniert und hätte gesagt: "alle die Redakteure, die jetzt heute in der Jury sitzen, werden gefragt, ob sie jemals ...".

Ernst Herborn: (zu Sven Severin)

Das ist niemals der Fall gewesen.

Dr. Klaus Weising:

Äh, wenn die Frage so gemeint ist, wie sie klingt: "Jawohl und sehr massiv, ist die Antwort!"

Kamera schwenkt
zu Dr. Klaus Weising

Sven Severin: (off)

In welcher Weise?

Dr. Klaus Weising:

In der Weise, dass es jeweils um einen Künstler geht, und die, sobald die feststellen - auf Wegen, die mir nicht bekannt sind -, dass in diesem Falle ich in der Jury sitze, nicht Geldbeträge, nicht so primitiv, geboten werden, sondern im Sinne von gegenseitigem "good-will" nahegelegt wird: "Tue mal was für den."

Sven Severin: (off)

Wie sieht das denn aus?

Dr. Dieter Steinhoff: (zu Dr. Weising)

Was sollst Du tun - was sollst Du dann tun, als Gegenleistung?

Dr. Klaus Weising: (zu Dr. Steinhoff)

Nein, die Leistung käme ja von mir, die Leistung wäre, dass ich für den Künstler XY von der Firma Z stimme.

Dr. Dieter Steinhoff:

Die Gegenseite müsste ja auch was dafür tun.

Dr. Klaus Weising:

Die formuliert das nicht so primitiv ...

Dr. Dieter Steinhoff: (off)

... achso!

Dr. Klaus Weising:

... dass sie sagt, Herr Tony ist 10.000 Mark Wert oder sowas. So albern sind die auch wieder nicht. Die haben etwas diffizilere Methoden.

Sven Severin: (off)

Welche Methoden, meinen Sie, würden dann in Frage kommen?

Dr. Klaus Weising:

Da hoffe ich, dass Sie verstehen, dass ich das weder Ihnen, noch sonst jemandem beantworten werde.

Total

Jung, managing-
director :

(Versprecher:
Peter Gerlach ist
Hauptredaktions-
leiter der HR
Unterhaltung) *

Herr Jung:

Wir arbeiten mit allen Ihren Kollegen natürlich sehr eng zusammen. Das muss nicht bedeuten, dass ich jeden Tag mit Herrn Müller-Ruzika oder mit Herrn Dieter Weber oder mit Herrn Programm-
direktor Gerlach* zusammensitze. Von Zeit zu Zeit trifft man sich. Es gibt aber darüberhinaus, ausser den Diskussionen am sogenannten runden Tisch auch sogenannte Arbeitskonferenzen, wo man sagt: "Du, könntest Du nicht diesen Interpreten einsetzen". Aber es gibt nicht dann den Zusatz, "wenn Du ihn einsetzt, dann winkt Dir reichlicher Lohn auf Deinem Schweizer Bankkonto". Ich will nicht ausschliessen dass es so etwas gibt. Nur wir, für unser Haus sprechend, muss ich betonen, dass wir nichts dergleichen tun

(Applaus im Studio)

gross

Hallervorden im
Studio

Dieter Hallervorden:

Meine Damen und Herren, wir wollen da

nicht allen Ernstes glauben, dass hier Unsauberkeiten an der Tagesordnung sind. Sicherlich - überall gibt es zwei, drei schwarze Schafe - aber die Regel sieht doch wohl - in der Regel anders aus. Sehen Sie: Da gibt es ja doch die in ihrem eigenen Urteil unbestechlichen Redakteure, die freien Stars, die unabhängigen Showmaster - sehen Sie mich an. Wir alle haben doch eine freie Meinung. Sehe ich korrupt aus? Ich - ich - äh - frage Sie, sehe ich korrupt aus?

Total
Truck Branss und
Dieter 'Thomas'
Heck in der Dekora-
tion der Hitparade

Dieter 'Thomas' Heck:

Dazu muss ich Ihnen eine Frage stellen. Ich weiss genau, worauf Sie rauskommen wollen. Sie wollen also uns erklären, dass wir der Plattenindustrie helfen. Dazu muss ich Ihnen sagen: "Wo ist die andere Möglichkeit überhaupt?" Es gibt ja nur die einzige Möglichkeit: Wenn ich einen Sänger präsentieren will, dann ist er bei - irgendwo bei einer Plattenfirma unter Vertrag. Das ist aber nicht nur bei uns so; ist in jeder anderen Sendung auch so, ganz gleich, wie sie heissen mag. Wenn Sie ein Produkt haben, wenn Sie ein anderes haben, dann können Sie wählen. Wenn man jetzt sagen würde, es gibt da noch eine völlige andere Möglichkeit, dass man das macht.

Aber selbst wenn Sie anfangen und sagen: "Lassen wir also irgend jemand auf einer Gitarre 'Hänschen klein' singen", dann wird morgen eine Plattenfirma kommen und "Hänschen klein" mit ihm aufnehmen. Also, das dreht sich im Kreise herum. Da beisst sich eigentlich die Katze in den Schwanz.

Gross

Standkopic 10 Sekunden, dann laufende Einstellung

Sven Severin: (off)

Dass alles nur Erdenkliche produziert wird, u. a. auch "Hänschen klein", ist ja bekannt. Würde Ihre Firma aber auch jemanden produzieren, der sich in seinen Liedern gegen die bestehende Gesellschaftsordnung wendet?

Walter Kahl

promotion-director

Walter Kahl:

Das würden wir nicht machen.

Wir machen Musik und keine Ideologie, und bei diesem Grundsatz - möchte ich fast sagen - bleiben wir auch.

Was nicht heisst, dass wir - äh, dass wir keine gesellschaftskritischen Produktionen veröffentlichen. Ganz und gar nicht.

Sven Severin: (off)

... Wenn sie sich verkaufen lassen.

Walter Kahl:

Wenn sie sich verkaufen lassen.

Aber - äh - Produktionen, die unser gesellschaftliches System untergraben, das glaube ich kaum, dass wir die so veröffentlichen werden.

(9. Kapitel: "Der Kreis schliesst sich: Durch die Arbeitsbedingungen werden Freizeitwünsche geprägt - durch die Unterhaltungssendungen wird der Zuschauer wieder mit seinen Arbeitsbedingungen versöhnt.) **

nah
Tony u. Oliver Bondt
in der Garderobe der
Hitparade

Sven Severin: (off)

Man will Musik, - nicht Ideologie machen. Sind aber nicht ganz normale Schlager auch ideologisch und politisch?

Tony:

Richtig, der Schlager in seiner Funktion bringt also manche Menschen oder viele Menschen, eben gerade bei uns, zum Träumen oder lenkt sie ab von Problemen, oder eben er löst in gewissem Sinne Spannungen, Aggressionen. Wenn die (Zuschauer *) z. B. jetzt da mitklatschen und engagiert werden, "angemacht" werden von uns zum Mitklatschen und die klatschen mit, dann werden irgendwelche Aggressionen abgebaut doch bei denen.

Sven Severin: (off)

Wo stauen die sich auf, die Aggressionen?

Tony:

Wahrscheinlich im - im täglichen Leben nehme ich an.

Oliver Bondt: (off)

Alltags ... Berufsleben ...

Tony:

.... Und das ist also wirklich, meiner Ansicht nach, eine ganz wichtige politische Aufgabe, Aggression in dieser - auch in dieser Richtung abzubauen.

ach
Richard Kirste,
Sprecher der Zuschauergruppe,
Berlin

Richard Kirste, Werkzeugmacher:

Wir gehen ja notgedrungen arbeiten, d. h. tatsächlich um Lebensunterhalt heranzuschaffen gehen wir zur Arbeit. Man kann ja noch soviel schaffen, man ist heute gelobt, beim ersten Fehler kriegt man den grossen Tritt. Bei der ersten Macke kriegt man den Tritt.

Bei uns in der Firma läuft es momentan gerade so; da wird verdammt reduziert - ich weiss nicht, ob ihr davon gehört habt, nicht!: 20 % der Angestellten sollen "rationalisiert" werden und soundsoviel der Arbeiter. Eben auf Kosten der Arbeitnehmer will der Betrieb die Produktion rentabel gestalten. Also am Ende, man kann schaffen was man will... Aus dem Grunde wird man natürlich nie gerne hingehen, das ist logisch.

Und natürlich sagt man: " Sechs 'Richtig im Lotto, dann können sie mir alle den Buckel runterrutschen!" Ist klar, ich habe 'ne Unabhängigkeit. Denn dieses ständige Abhängigkeitsgefühl wirkt für keinen ermunternd, gerne dahin zu schies sen; zumal auch die Zeiten festgelegt sind. Ich kann einen Tag haben, wo ich

mich mal gar nicht fühle, aber deshalb kann ich nicht zu meinem Chef sagen: "Pass mal auf Alterchen, weißt Du, ich habe heute gar keine Lust, ich fühle mich nicht, - ich komm' nicht!"

Das sind diese Zwänge, unter denen man ständig steht. Und, eine Verbesserung wäre doch nur, wenn man aus diesem Zwang herauskäme.

nah
Chris Roberts
u. Mary Roos in der
Garderobe der Star-
parade (Rhein-Main-
Halle)

Chris Roberts: (erklärt Mary Roos)
Ja wenn, wenn keiner mehr eine Verpflichtung in irgend einer Form hat, dass er also morgens um 6 raus muss, um 7 oder 8 Uhr Arbeitsbeginn ist. Also, wenn jeder aufstehen könnte ...

Mary Roos:
Wann er wollte ...

Chris Roberts:
... wann er wollte und um 10.00 Uhr sagt, heute scheint die Sonne, gehe ich zum Baden oder trinke ich einen oder irgend sowas dieser Art, dann glaube ich - und ich glaube, ich habe Ihre Frage so richtig verstanden - würde keiner mehr eine Unterhaltung dieser Art, wie sie jetzt ist, suchen.

Mary Roos:
Das glaube ich auch.

Chris Roberts:
Also, wenn dies bedeutet, wenn jemand, wie es jetzt ist, morgens in seine

Arbeit geht, abends um 6 Uhr nach Hause kommt und hundermüde ist, dass er sich dann freut, wenn er abends unterhalten wird.

gross
Hallervorden im
Studio

Dieter Hallervorden:

Und nun, meine Damen und Herren, noch einmal an dieser Stelle die "Volltref-fer" unserer heutigen Auswahl:

nah
Rainer Holbe in der
Garderobe der Starpa-
rade (Rhein-Main-
Halle)

Rainer Holbe:

Wir bieten den Leuten keine Probleme an. Dass ist das, was also - was - Sie haben vorhin den Herrn Stolte zitiert - wir wollen also die arbeitende Bevölkerung ein bisschen aufheitern.

nah
Chris Roberts in der
Garderobe der Star-
parade (Rhein-Main-
Halle)

Chris Roberts:

Also, wenn das bedeutet, wenn jemand, wie es jetzt ist, morgens in seine Arbeit geht, abends um 6 Uhr nach Hause kommt und hundermüde ist, dass er sich dann freut, wenn er abends unterhalten wird.

nah
Tony u. Oliver Bendt
in der Garderobe der
Hitparade

Tony:

Richtig, dass der Schlager in seiner Funktion - Äh - bringt also manche Menschen oder viele Menschen, eben gerade bei uns, zum Träumen oder lenkt sie ab von Problemen, oder eben er löst in gewissem Sinne Spannungen, Aggressionen. Wenn die (Zuschauer *) z. B.

jetzt da mitklatschen und engagiert werden, "angemacht" werden von uns zum Mitklatschen und die Klatschen mit, dann werden irgendwelche Aggressionen abgebaut.

nah
Chris Roberts
in der Garderobe
der Starparade
(Rhein-Main-Halle)

Chris Roberts:

Ich kann mir nicht vorstellen, dass für Leute, die den ganzen Tag ihr Vergnügen suchen können, in irgend einer Form, abends eine Unterhaltung in dieser Art notwendig wäre.

Dieter Haller-
vorden im Studio

Dieter Hallervorden:

Wenn es einem unabhängigen Showmaster erlaubt ist, abschliessend noch eine sehr private Meinung kundzutun: Also ich würde ja weder mit der Industrie, noch mit den Fernsehsendern so scharf ins Gericht gehen. Ich meine, es gibt doch Alternativen im Schlagergeschäft. "Ich meine, ich erinnere mich da an Platten vom '.....rüp' (*) zum Beispiel oder von den, na wie heisst er doch gleich, von den '.....gne". Ich meine, die bringen doch das, was den Schlagersendungen ganz offensichtlich fehlt. Besonders der ".....rüp", der besonders, nicht?

(* die von Hallervorden ursprünglich ausgesprochenen Namen von Interpreten sind durch beabsichtigte (und als solche erkennbare) technische Manipulation - ein überlagertes Schnarrgeräusch - unverständlich gemacht worden.)

Richard Kirste, Werkzeugmacher:
Die Frage ist nur, 'könnte man sie

Richard Kirste,
Sprecher der Zuschauer-
gruppe, Berlin

(die Alternative *) bringen, nicht?
Dass ist das, was ich vorhin sagte:
Schlager mit einem Gehalt, die auch
Gesellschaftskritik beinhalten, die
praktisch auf die Misere, in der wir
leben, ganz klar hinweisen und den
Leuten das auch mal klar machen, dass
sie an sich als Einzelwesen eine Null
sind, alleine auch total verloren, und
jetzt als Einzelner nach etwas zu
streben, wahrscheinlich nie zum Er-
folg führt - von wenigen Ausnahmen ab-
gesehen.

Denn nehmen wir doch mal das Verhält-
nis von reichen Leuten zu armen, das
ist wahrscheinlich das Verhältnis doch
sehr gering. Und das sollte sich jeder
vor Augen halten, dass selbst wenn er
so lebt, die Chance, dass er das er-
reicht, doch sehr gering ist, nicht?

Und das sollte man auch mal in Liedern
bringen, das sollte man auch in Sen-
dungen bringen und man sollte den Men-
schen eigentlich im Film viel mehr auf
ein Gemeinschaftsleben hinweisen, was
sehr schön sein kann. Dass man nicht
sagt: Hier das Geld ist alles, der K-
sum ist alles, sondern das Zusammen-
leben, das Verständnis der Menschen
untereinander. Sagen wir ruhig mal
das ganz banale Wort: dass die Menschen
sich wirklich etwas mehr lieben würden
nicht?

Das wäre wahrscheinlich eine Grundtendenz, um überhaupt eine bessere Gesellschaft zu schaffen. Denn ich werde keinen Menschen ausbeuten, den ich liebe, ist doch logisch, nicht?

Bildstrand, Insert

Text: "Solange an unseren Träumen verdient wird, können sie nicht Wirklichkeit werden."

Schlussmoderation **

zu

"betrifft: fernsehen"

Das Geschäft mit den schönen Träumen

Sie erinnern sich, dass ich eingangs sagte: Schlagersendungen sind nur ein Teil des Unterhaltungsprogramms, das neben der oft gewünschten Schnulze auch anspruchsvolle Sendungen bringt. Man sollte auch nicht meinen, wir wollten das Bedürfnis der Zuschauer nach Entspannung und Vergnügen bestreiten. Es wurde deutlich gesagt: wer den Tag über hart gearbeitet hat, freut sich, wenn er am Abend unterhalten wird.

Weil die Arbeitswelt in Beziehung gesetzt wurde zu den schönen Träumen der Schlager mussten ihre Belastungen besonders deutlich gemacht werden. Das hohe Lied der Arbeit wurde hier in der Tat nicht gesungen. Die Vorzüge seines Arbeitsplatzes kennt schliesslich jeder, aber auch die Mängel. Von den Schlagersendungen sind den meisten nur die angenehmen Seiten bekannt: dass sie ablenken, entspannen, einen abschalten lassen. Auf die Kehrseite der Medaille wollten wir hinweisen.

**

(Gesprochen vom verantwortlichen Redakteur der Sendereihe "betrifft: fernsehen", Helmut Greulich)

Literatur

- Atteslander, Peter; Kneubühler, Hans-Ulrich: Zu einer Fehlertheorie der Befragung; Opladen, 1975
- Badische Zeitung, 24.4.74
- Badische Zeitung, 13.11.74
- Badische Zeitung, 25.2.76
- Bauer, Wolfgang: Fernsehkritik im Fernsehen; unveröffentlichte Magisterarbeit; Berlin, 1976
- Bessler, Hansjörg; Bledijan, Frank: Systematik der Massenkommunikationsforschung; München, 1967
- Bitomsky, Hartmut: Vorüberlegungen zu einer Fernsehkritik, in: Rundfunk und Fernsehen, Heft 4, Jahrg. 20, 1972; hrsg. vom Hans Bredow Institut für Rundfunk und Fernsehen, Hamburg
- Brack, Hans: Der Rundfunk zwischen Bund und Ländern. 1948 bis Frühjahr 1961, in: Rundfunk und Fernsehen, 1962, a.a.O.
- Bredow, Hans: Im Banne der Ätherwellen; Stuttgart, 1954
- Brepohl, Klaus: Die Massenmedien. Ein Fahrplan durch das Zeitalter der Information und Kommunikation; München, 1974
- Brepohl, Klaus: Einflüsse des Fernsehens auf Individuum und Gesellschaft; unveröffentlichtes Referat; Mainz, 1976
- Bresser, Klaus: Empfindlichkeiten der Anstalten im Umgang miteinander, in: Kirche und Fernsehen, Nr. 25, 14.7.73; hrsg. vom Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, Frankf.
- Buselmeier, Michael: Massenunterhaltung im Rahmen von Arbeit und Freizeit, in: Buselmeier, Michael (Hg.), Das glückliche Bewußtsein; Darmstadt, 1974
- v. Cube, Alexander, in: Der Spiegel, Nr. 33, 1971
- Dahlmüller, Götz; Hund, Wulf; Kommer, Helmut: Kritik des Fernsehens; Darmstadt, 1973
- Dahlmüller, Götz; Hund, Wulf; Kommer, Helmut: Politische Fernsehfiabel; Reinbeck, 1974
- Der Spiegel, Nr. 12, 15.3.76
- Dröge, Franz: Wissen ohne Bewußtsein - Materialien zur Medienanalyse; Frankfurt, 1972

- Ellinghaus, Gert: Fernsehmacher; Tübingen, 1976
- Falkenberg, Hans-Geert: Die Kritik des Fernsehens durch das Fernsehen, in: Frank, Bernward (Hg.), Fernsehkritik; Mainz, 1972
- Foltin, Hans-Friedrich; Würzburg, Gerd: Arbeitswelt im Fernsehen. Versuch einer Programmanalyse; Köln, 1975
- Frank, Bernward; Schwarzenau, Dieter: Schwierigkeiten beim Gespräch mit dem Zuschauer, in: Medium, Heft 3, Jahrg. 4, 1974; hrsg. vom Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, Frankfurt
- Frank, Bernward; Schwarzenau, Dieter: Das neue Programmschema des ZDF, in: Schriftenreihe für die Mitarbeiter des ZDF, Heft 2, Zukunftsperspektiven des Fernsehens; Mainz, 1973
- Frankfurter Rundschau, 25.4.74
- Frankfurter Rundschau, 15.10.75
- Frankfurter Rundschau, 16.1.76
- Friedrich, Hans: Das Unterhaltungsangebot der Massenmedien als Problem und Gegenstand der politischen Bildung, in: Politische Medienkunde 1, Politische Prägung durch Unterhaltung, 1972; hrsg. von der Akademie für Politische Bildung, Tutzing
- Funk-Korrespondenz, Nr. 47, 21.11.74; hrsg. vom Katholischen Institut für Medieninformation, Köln
- Funk-Korrespondenz, Nr. 20, 15.5.75; a.a.O.
- Funk-Korrespondenz, Nr. 38, 17.9.75; a.a.O.
- Funk Report, Nr. 11, 4.7.75; hrsg. vom Institut der deutschen Wirtschaft, Köln
- Geißler, Rainer: Massenmedien, Basiskommunikation und Demokratie; Tübingen, 1973
- Greulich, Helmut: Manipulation im Fernsehen, in: Baacke, Dieter (Hg.), Mediendidaktische Modelle: Fernsehen; München, 1973
- Hartmann, Heinz: Empirische Sozialforschung; München, 1970
- Haseloff, Otto Walter: Über Wirkungen des Fernsehens, in: Schriftenreihe für die Mitarbeiter des ZDF, Heft 1, Wirkungen des Fernsehens; Mainz, 1972

- Herrmann, Günther (Hg.): Rundfunkgesetze. Textsammlung;
Köln, 1966
- Hörzu, Nr. 14, März 73
- Hörzu, Nr. 21, Mai 75
- Hoffmann, Rüdiger: Rundfunkorganisation und Rundfunkfreiheit;
Berlin, 1975
- Hood, Stuart; in: "Wer im Glashaus sitzt ... muß mit Steinen rechnen"; WDR/WDF, 28.8.71
- Holzer, Horst: Theorie des Fernsehens. Fernsehkommunikation in der Bundesrepublik Deutschland; Hamburg, 1975
- IPAK (Institut für Absatzforschung): Tagesablauf der Fernsehzuschauer; Wiesbaden, 1974
- Jenke, Manfred: Das Feedback sind wir selber - Auf dem Weg zu einem zuschauernäheren Programm, in: Schlagwort "Transparenz". Das Medium und sein Publikum; hrsg. von der Programmdirektion der ARD; München, 1973
- Kellner, Hella: Die Funktion des Fernsehens in der Gesellschaft. Spiegel oder Stimulanz?; unveröffentlichtes Arbeitspapier der ZDF-Medienforschung; Mainz, 1973
- Kellner, Hella: Einige Schlußfolgerungen aus neun Gruppendiskussionen; unveröffentlichtes Arbeitspapier der ZDF-Medienforschung; Mainz, 1974
- Kellner, Hella: Begleitende Projektforschung zu "betrifft: Fernsehen"; unveröffentlichtes Arbeitspapier der ZDF-Medienforschung; Mainz, 1975
- Kiefer, Marie Luise: Grunddaten zur Wirkungsforschung; unveröffentlichtes Referat; Gütersloh, 1976
- Kirche und Rundfunk, Nr.4, 17.1.76; hrsg. vom Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, Frankfurt
- Kirche und Rundfunk, Nr. 16, 28.2.76, a.a.O.
- Kirche und Rundfunk, Nr. 33/34, 30.4.76, a.a.O.
- Kirche und Rundfunk, Nr. 38, 15.5.76, a.a.O.
- Kirche und Rundfunk, Nr. 60/61, 7.8.76

- Königstein, Horst: Produktive Rezeption und Programmpraxis: Die Grenzen sehen, das Mögliche koordinieren, in: Prokop, Dieter (Hg.), Massenkommunikationsforschung, Bd. 2, Konsumtion; Frankfurt, 1973
- Kurowski, Ulrich: Ideologien, Mythen und Symbole in der Fernsehunterhaltung, in: Politische Medienkunde 1, a.a.O.
- Langenbacher, Wolfgang: Kritik an der Feedback-Phobie der Fernsehmacher, in: Prokop, Dieter (Hg.), Massenkommunikationsforschung, Bd. 2, a.a.O.
- Leibholz, Gerhard: Rechtsgutachten zur Staatlichen Rechtsaufsicht über die Programmgestaltung; Schriftenreihe des ZDF, Bd. 11; Mainz, 1973
- Lehr, Wolfgang; Berg, Klaus: Rundfunk und Presse in Deutschland. Rechtsgrundlagen der Massenmedien; Mainz, 1971
- Lerg, Winfried: Die Entstehung des Rundfunks in Deutschland. Herkunft und Entwicklung eines publizistischen Mittels; Frankfurt, 1965
- Maccoby, Elenor/Nathan: Das Interview: Ein Werkzeug der Sozialforschung, in: König, Rene (Hg.), Das Interview. Praktische Sozialforschung, 7. Aufl.; Köln, 1969
- Main Post, 3.6.75
- Maletzke, Gerhard: Psychologie der Massenkommunikation; Hamburg, 1963
- Mangold, Werner: Gruppendiskussionen, in: König, Rene (Hg.), Grundlegende Methoden und Techniken der empirischen Sozialforschung, Bd. 2; Stuttgart, 1973
- Merkert, Rainald: Plädoyer für ein gesellschaftlich orientiertes Kommunikationsmodell, in: Schlagwort "Transparenz", a.a.O.
- Müller-Dooch, Stefan: Medienindustrie und Demokratie. Verfassungspolitische Interpretation - Sozioökonomische Analyse; Frankfurt, 1972
- Reyher, Ulrich: Massenmedien und subversive Sehnsucht. Thesen zur Konstitution des Massengeschmacks in der bürgerlichen Gesellschaft, in: Buselmeier, Michael (Hg.), Das glückliche Bewußtsein, a.a.O.

- Ridder, Helmut: Kirche Staat Rundfunk; Frankfurt, 1958
- Saint-Géours, Jean: Es lebe die Konsumgesellschaft. Freiheiten und Zwänge von Arbeit und Freizeit. Das Fernsehen, in: Prokop, Dieter (Hg.), Massenkommunikationsforschung, Bd. 2; a.a.O.
- Scheuch, Erwin: Das Interview, in: König, Rene (Hg.), Das Interview; a.a.O.
- Scheuch, Erwin: Die Lehre von der Frage, in: König, Rene (Hg.), Grundlegende Methoden und Techniken der empirischen Sozialforschung, a.a.O.
- Schneider, Norbert: Medientheorien, in: Medium, Heft 12, Jahrg. 4, 1974; a.a.O.
- Schneider, Norbert: Zuschauerbeteiligung, in: Medium, Heft 3, Jahrg. 4, 1974; a.a.O.
- Schwarzkopf, Dietrich: Versuch einer Bestandsaufnahme, in: Schlagwort "Transparenz", a.a.O.
- Schulz-Keil, Wieland: "Kojak & Co."; WDR/WDF, 29., 30.11. und 1.12.75
- Staatsvertrag über die Einrichtung der Anstalt des öffentlichen Rechts "Zweites Deutsches Fernsehen", in: ZDF-Jahrbuch 1963; Mainz, 1964
- Stolte, Dieter: Mehr Spielraum - mehr Programmalternativen, in: ZDF-Journal, Nr. 7, 5.4.76
- Süddeutsche Zeitung, 20.3.74
- Teichert, Will: Was machen die Menschen mit den Medien?; unveröffentlichtes Referat; Hamburg, 1976
- Vagts, Hermann: Engagement auf dem Holzweg, in: Das Parlament/Teleforum, Nr. 39, 28.9.74
- Wasem, Erich: Pädagogische Aspekte zum Thema "Politische Prägung durch Unterhaltung", in: Politische Medienkunde 1, a.a.O.
- Weiß, Hans Jürgen: "Feedback" - Plebizit oder Programm?, in: Fernsehen und Bildung, Heft 2, 1974; hrsg. vom internationalen Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen, München

- Wiebel, Martin: Ein prinzipielles Unding?, in: Schlagwort
"Transparenz", a.a.O.
- Wilfert, Otto: Innere Pressefreiheit in Funk und Fernsehen,
in: Pätzold, Ulrich; Schmidt, Hendrik (Hg.), Solidarität
gegen Abhängigkeit. Mediengewerkschaft; Darmstadt, 1973
- Wisser, Richard: Der "blinde" Fleck im Fernsehen, in: Stolte,
Dieter (Hg.), Fernsehen - ein Medium sieht sich selbst;
Mainz, 1976
- ZDF-Jahrbuch 1973; Mainz, 1974
- ZDF-Jahrbuch 1974; Mainz, 1975
- ZDF-Journal, Nr. 24, 26.11.73

